DOCUMENT RESUME

ED 267 644 FL 015 623

AUTHOR	Berwald, Jean-Pierre
TITLE	Au Courant: Teaching French Vocabulary and Culture Using the Mass Media. Language in Education: Theory and Practice 65.
INSTITUTION	Center for Applied Linguistics, Washington, D.C.; ERIC Clearinghouse on Languages and Linguistics, Washington, D.C.
SPONS AGENCY	Office of Educational Research and Improvement (ED), Washington, DC.
REPORT NO	ISBN-87281-327-4
PUB DATE	86
CONTRACT	400-82-009
NOTE	161p.
AVAILABLE FROM	Center for Applied Linguistics, 1118 22nd St. N.W., Washington, DC 20037 ($7.95 plus $0.50 postage).
PUB TYPE	Information Analyses - ERIC Information Analysis Products (071) -- Guides - Classroom Use - Guides (For Teachers) (052)
LANGUAGE	English; French
EDRS PRICE	MF01/PC07 Plus Postage.
DESCRIPTORS	Advertising; Cartoons; Catalogs; *Class Activities; *Classroom Techniques; Comics (Publications); Commercial Television; *Cultural Education; Film Criticism; *French; Grammar; *Mass Media; Second Language Instruction; Student Developed Materials; Teacher Developed Materials; Testing; *Vocabulary Development; Writing Exercises
IDENTIFIERS	*Authentic Materials

ABSTRACT

This volume outlines potential uses of many of the topics associated with daily newspapers, music, film, theater, and sports for vocabulary development and grammar review in French language instruction. The emphasis is on the advantage of using authentic, current materials prepared for the general public but somewhat familiar to students. The chapters focus on: reviewing grammar with headlines and comic strips, film reviews and scenarios, teaching about music through reviews, advertisements and product copy, housing and real estate, the financial pages, the Thomas Cook International Timetable, the "Syndicat d'Initiative" (Chamber of Commerce), the telephone directory, mail order catalogs, crime stories, commercial television, the Tour de France bicycle race, and North American football. Most chapters introduce basic vocabulary for understanding current articles and provide a series of general questions applicable to articles on the topic and designed for student response using appropriate vocabulary. A final chapter gives instructions for students on preparing an article summary and medium-specific exercises, as well as activities intended for further vocabulary development. A list of references and suggested additional readings is appended. (MSE)

ED267644

AU COURANT: TEACHING FRENCH VOCABULARY and CULTURE USING the MASS MEDIA

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
NATIONAL INSTITUTE OF EDUCATION
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)

X This document has been reproduced as received from the person or organization originating it.

☐ Minor changes have been made to improve reproduction quality.

• Points of view or opinions stated in this document do not necessarily represent official NIE position or policy.

"PERMISSION TO REPRODUCE THIS MATERIAL HAS BEEN GRANTED BY

A. Richard Tucker

TO THE EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)."

by Jean-Pierre Berwald

CAL

AU COURANT: TEACHING FRENCH VOCABULARY and CULTURE USING the MASS MEDIA

by Jean-Pierre Berwald

A publication of CAL Center for Applied Linguistics

Prepared by ERIC Clearinghouse on Languages and Linguistics

LANGUAGE IN EDUCATION: Theory and Practice 65

OERI
Office of Educational Research and Improvement
U.S. Department of Education

This publication was prepared with funding from the Office of Educational Research and Improvement, U.S. Department of Education, under contract no. 400-82-009. The opinions expressed in this report do not necessarily reflect the positions or policies of OERI or ED.

Copyright © 1986 by the Center for Applied Linguistics. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording, or any information storage and retrieval system, without permission in writing from the publishers.
Requests for permission to make copies of any part of the work should be mailed to:
Permissions
CAL
1118 22nd Street NW
Washington DC 20037

Printed in the United States

ISBN 87281-327-4

Language in Education: Theory and Practice

ERIC (Educational Resources Information Center) is a nationwide network of information centers, each responsible for a given educational level or field of study. ERIC is supported by the National Institute of Education of the U.S. Department of Education. The basic objective of ERIC is to make current developments in educational research, instruction, and personnel preparation more readily accessible to educators and members of related professions.

ERIC/CLL. The ERIC Clearinghouse on Languages and Linguistics (ERIC/CLL), one of the specialized clearinghouses in the ERIC system, is operated by the Center for Applied Linguistics. ERIC/CLL is specifically responsible for the collection and dissemination of information in the general area of research and application in languages, linguistics, and language teaching and learning.

LANGUAGE IN EDUCATION: THEORY AND PRACTICE. In addition to processing information, ERIC/CLL is also involved in information synthesis and analysis. The Clearinghouse commissions recognized authorities in languages and linguistics to write analyses of the current issues in their areas of specialty. The resultant documents, intended for use by educators and researchers, are published under the title Language in Education: Theory and Practice. The series includes practical guides for classroom teachers and extensive state-of-the-art papers.

This publication may be purchased directly from the Center for Applied Linguistics. It also will be announced in the ERIC monthly abstract journal Resources in Education (RIE) and will be available from the ERIC Document Reproduction Service, Computer Microfilm International Corp., 2900 Wheeler Ave., Alexandria, VA 22304. See RIE for ordering information and ED number.

For further information on the ERIC system, ERIC/CLL, and Center/Clearinghouse publications, write to ERIC Clearinghouse on Languages and Linguistics, Center for Applied Linguistics, 1118 22nd St., N.W., Washington, D.C. 20037.

Gina Doggett, Editor, Language in Education

Contents

INTRODUCTION		1
CHAPTER 1:	Reviewing Grammar with Headlines and Comic Strips	7
CHAPTER 2:	Film Reviews and Scenarios	15
CHAPTER 3:	Teaching About Music Through Reviews	25
CHAPTER 4:	Advertisements and Product Copy	33
CHAPTER 5:	Housing and Real Estate	43
CHAPTER 6:	The Financial Pages	57
CHAPTER 7:	The Thomas Cook International Timetable	67
CHAPTER 8:	Le Syndicat d'Initiative	75
CHAPTER 9:	The Telephone Directory	81
CHAPTER 10:	Mail Order Catalogues	93
CHAPTER 11:	Crime Stories	103
CHAPTER 12:	Commercial Television	113
CHAPTER 13:	Le Tour de France	121
CHAPTER 14:	North American Football	135
CHAPTER 15:	Preparing an Article Summary	143
REFERENCES/ADDITIONAL READING		151
ABOUT THE AUTHOR		156

Introduction

Students of French at the intermediate and advanced levels can be encouraged to learn specialized vocabulary by using mass media. This volume covers the use of many of the topics associated with daily newspapers, music, film, theater, sports, and so on. Although vocabulary development is a major aim, certain chapters also lend themselves well to grammar review. Students wishing to develop vocabulary in areas not covered here can do so on their own once they have begun to familiarize themselves with the techniques that are suggested.

The idea of the text is to allow students to develop vocabulary in areas that interest them. By using current topics and occurrences with which they may already have some familiarity, they find the texts easier to comprehend. Although foreign language textbooks and special readers often provide texts based on news, the time lag between the event and the book publication date is such that a topic may no longer be interesting. One of the more attractive ideas of using mass media is that they have been prepared for a general public rather than specifically for students. Students enjoy using authentic materials and are happy to be able to understand them even as early as the second year of high school or the second or third semester of university language study.

Most chapters in this volume introduce basic vocabulary to give students sufficient background to understand current articles, especially with the aid of a dictionary. After the vocabulary is introduced, a number of general questions are provided that are applicable to many articles on the same topic, and the students must answer them in French using pertinent vocabulary. In the early stages of vocabulary development, students may even read one or two articles in English, as long as they respond to the questions in French. Thus, in answering questions about a concert, for instance, students would have to discuss the time and place of a con-

cert, the artists, the performance, and the critic's reaction in French. At this stage, neither the questions nor the answers are at a very difficult level. Once students have answered the general questions, the instructor can find additional articles on the same topic and prepare them for class or individual use. This preparation is intended to be specific to the articles chosen by either the instructor or the students. This entails specifying vocabulary to be learned and designing certain exercises to reinforce and review the content.

It is recommended that students use a monolingual dictionary as the primary source of vocabulary when reading articles. A French-English dictionary might have value as a back-up source, but French-French dictionaries are much more useful. Students may struggle at first trying to understand the words of a definition, but in time they will notice that certain words and expressions used to define words keep recurring, and learn them easily enough. It becomes a simple task to use a monolingual dictionary and an interesting challenge as well. In any vocabulary list prepared for a particular reading passage, it is recommended that the teacher select two or three words that students must look up in a monolingual dictionary. They should then be asked to compose an original sentence or two to show that comprehension is taking place.

PREPARING A VOCABULARY SHEET

The following procedures are suggested for preparing an article. Select 10 to 12 vocabulary words and idiomatic expressions that are important for the students to retain. You may gloss a few of the more difficult or unusual words to help students with their reading comprehension. When possible, write definitions in terms that are simple enough for the students to understand. Use two examples for each vocabulary word you introduce. One sentence can come directly from the article, while the other can be made up from a personal context.

The following examples show how vocabulary can be presented:

1. Synonyms: Ce film est drôle. = Ce film est amusant.

2. Synonyms used in different structures: aimer = plaire à

Although these two vocabulary items are not exact synonyms, they are close enough in meaning to allow practice in both structures:

J'aime ce livre = Ce livre me plaît.

Jacques aime ce film = Ce film (plaît à) Jacques. Ce film (lui) plaît.

(This presentation allows for a review of the pronoun lui as well.)

3. Antonyms: monter ≠ descendre; elle monte ≠ elle _____; elle est montée ≠ elle est (descendue). (This item allows for a review of verb forms conjugated with être.)

4. Definition followed by an example or two: bouder = être fâché.

L'enfant gâté est en train de bouder.

Quand on l'envoie à sa chambre elle boude.

Elle boude aussi quand elle ne reçoit pas ce qu'elle veut.

5. Complete verbs to show prepositions (useful for pronoun review):

Inviter quelqu'un à faire quelque chose

J'invite les filles à danser =
Je (les) invite à danser.

Permettre à quelqu'un de faire quelque chose

Je permets à Robert de prendre son repas =
Je (lui) permets de prendre son repas.

6. Synonyms involving a structural change: se rappeler quelque chose = se souvenir de quelque chose

Je me rappelle la table = je me souviens (de) la table

Je me la rappelle = (je m'en souviens)

C'est la table (que) je me rappelle.

C'est la table (dont) je me souviens. (This particular item reviews personal pronouns and the relative pronouns que and dont.)

7. Using English to get your point across when the explanation in French does not help: bon gré mal gré = willy nilly, whether desired or not

Il a fait son travail bon gré mal gré.

Questions for Reading Comprehension

At the early stages of students' linguistic development, use simple qui, quoi and quand type questions. Student can be asked to answer in one or two words, in sentence fragments or in complete sentences. As they become more advanced in their ability to read and write, the instructor may well consider using three essential questions:

De quoi s'agît-il? (This allows for a complete topic sentence explaining what the article is all about.)

Qu'est-ce qui se passe? (The answer can consist of a 3-4 line summary of the article.)

Quel en est le résultat? (This should yield one or two concluding sentences.)

As students begin writing compositions on a regular basis, they will most certainly be able to respond to more abstract questions that involve how and why.

Exercises

Synonyms. Ecrire le synonyme qu'il faut. Ce film est amusant. Ce film est (drôle). J'ai besoin d'un livre. (Il me faut) un livre.

Fill in the blanks. Cette table n'est pas lourde. Au contraire, elle est (légère).

Cloze paragraph. Base the paragraph on the questions and answers rather than on the text itself. Instead of deleting words at regular intervals, delete some essential words that have already been well covered in class.

> En France, il y a six régions bien connues pour le vin: le Bordelais, _____, l'Alsace, les Côtes du Rhône, la Champagne et le Val de Loire. La France produit moins de vin que _____ mais la qualité des vins français est la meilleure du monde. Les vignobles doivent leurs origines aux _____ qui les ont plantés cinq siècles avant Jésus Christ.
>
> Answers: (la Bourgogne, l'Italie, Grecs)

Multiple choice questions. Base questions on the entire article. These are useful not only for checking students' comprehension but as a vehicle for encouraging class discussion.

> Qui étaient les premiers à planter des vignes en France?
>
> 1. Les Romains 2. Les Etrusques
> 3. Les Grecs 4. Les Phéniciens
>
> (answer: Les Grecs)

Translation from English into French as a means of reinforcing vocabulary.

1. Your friends are funny.
   (Tes amis sont marrants.)

2. There are no vineyards in Normandy.
   (Il n'y a pas de vignobles en Normandie.)

Multiple choice questions requiring either a printed possibility or a student's own choice.

Si vous avez envie de prendre un hamburger et des frites, où allez-vous?

1. Chez MacDonalds 2. Chez Wendy's
3. Chez Burger King 4. _____

Quel acteur a le plus de talent?

1. Paul Newman	2. Dustin Hoffman
3. Mel Gibson	4. _____

It should be pointed out that the texts and exercises are intended for an early stage of students' linguistic development. Once they feel comfortable with their comprehension of media articles, they will not need the guidance of vocabulary glosses or reinforcement exercises.

Both French-Canadian and French newspapers can serve as major sources of vocabulary. They are both interesting to compare with American newspapers for similarities and differences in cultural patterns. The advantage of French-Canadian newspapers is that many of their topics, articles, and advertisements are representative of North American culture, with which students in the United States can identify. They are helpful in treating matters already familiar to American students such as sports (baseball and football), housing, and the various consumer products advertised in its pages. Students' familiarity with these topics gives them a head start in recognizing and identifying them. The advantage of French newspapers is that their topics often represent a radical departure from the American way of life, and thus offer an excellent means of introducing French (or, more generally, European) points of culture. The Tour de France is especially interesting just because bicycle racing is not treated in depth in American newspapers. Comparisons of French and Canadian real estate advertisements are of particular interest because their focus varies substantially from one culture to another.

Of primary concern here is to provide students with tools for locating and using articles of their own choice. By having access to frequently used vocabulary in each of 13 areas, students are better equipped to gain a general understanding of their reading materials. The general questions are intended as a means of developing important topic-related vocabulary.

This volume is a departure from texts that offer articles already selected and edited by an author for the students' benefit. It is hoped, of course, that in the process of completing assignments, students will discover a wide number of features, articles, and advertisements that they will be able to understand and enjoy.

Chapter 1
Reviewing Grammar with Headlines and Comic Strips

While most of the following chapters are concerned with introducing vocabulary and various aspects of French culture, this chapter has a particular focus on reviewing grammar. Headlines serve as an excellent way of either supplementing a unit of grammar or reviewing one or more points taught at a prior time. They are quickly and easily prepared and have many uses. They can be topical, reflecting current events, and they can tie in with numerous points of grammar. Perhaps the main value is in reviewing grammar already presented. After working with various text exercises, the headlines show how the same points of grammar are used in a daily context. The headlines themselves serve as additional sentences that can either be transformed or take the form of fill-in-the-blank exercises.

First go through several newspapers and magazines and select short, simple headlines on the basis of grammatical categories. The headlines in Figure 1.1, for instance, focus on prepositions with geographical locations. They can be chosen to suit all levels of difficulty, from masculine/feminine and singular/plural forms to sophisticated verb tenses.

There are two simple methods for preparing headline exercises. The first entails choosing a category and then placing a series of headlines on a white sheet of paper. The sentences can be numbered for easy reference (see Fig. 1.1). Then photocopy the page and have it made into a transparency for overhead projection. If the headlines are too large, they can easily be reduced before making the transparency. The second technique involves using white correction fluid to prepare fill-in-the-blank exercises. The blanks can be numbered with a fine, black felt-tip pen. It is recommended that one set of complete headlines be presented first as a way of introducing material, followed by a set with blanks for review.

1. ____*Iran, le prix du sang*

2. *Tremblement de terre____Alsace*

3. **Un nouveau parti ultra___Israël**

4. ***Saint Petersburg, la grande maison de retraités_____Amérique***

5. **Trois Français enlevés par le Jihad islamique_____Beyrouth**

6. **La contre-offensive du K.G.B.____Afghanistan**

7. **Sheraton s'installe _Pékin**

8. **LA SITUATION___LIBAN**

9. **«Mourir___Madrid»**

10. **La Chine propose____Japon de doubler leurs écharges**

11. ***Chuck Berry____Nice***

12. **Premières neiges ___Belgique**

Figure 1.1. These headlines become fill-in-the-blank exercises focusing on prepositions for geographical locations.

Teachers can create current transparencies as often as they like, or more interestingly, they can have their students create them. Headlines offer countless possibilities for exercises. A few are listed below:

1. Changing verb tense; going from one tense to any other tense:

Un homme tue sa femme.

(Un homme a tué sa femme.)

2. Transforming sentences into the singular or plural:

Deux hommes attaquent une banque.

(Un homme attaque une banque, des banques.)

3. Transformation into the singular or plural with nouns or adjectives ending in al:

Les prix normaux de fruits et légumes

(Le prix normal)

4. Substituting pronouns for nouns:

Washington va fournir à Israel deux réacteurs atomiques.

(Washington va lui fournir deux réacteurs.)

5. Substituting nouns for pronouns:

L'Iran a trop d'armes américaines: il est incapable de les entretenir.

(L'Iran est incapable d'entretenir les armes américaines.)

6. Si clauses; transformation from one form to others:

S'ils avaient fermé leurs portes nous les aurions sauvés.

(S'ils ferment leurs portes, nous les sauverons.)

7. Negative expressions; transformation to the simple negative, to other negatives or to affirmative expressions:

Le septième jour: la guerre n'est jamais jolie.

(La guerre n'est pas jolie, La guerre est toujours jolie.)

8. Superlative form; transformation of singular forms into the plural and vice versa:

Mexique: La plus grande catastrophe pétrolière de l'histoire

(Les plus grandes catastrophes pétrolières)

or, substitution of an adjective that follows a noun, such as formidable:

(La catastrophe pétrolière la plus formidable)

9. Transformation of the passé composé into other tenses (past into present, etc.):

Un gangster s'évade à Luxembourg.

(Un gangster s'est évadé à Luxembourg, Des gangsters se sont évadés à Luxembourg.)

10. Use of the proper prepositions with various countries:

Attaque d'un train postal ___ Irelande

In addition, many headlines also lend themselves to transformations of masculine to feminine or vice versa and declarative to interrogative or vice versa. Several minutes can be spent with each headline chosen. In addition to changes involving grammar, others involve the use of synonyms, antonyms and other ways of saying the same thing.

The use of a capital city, the country or its people, for example, can be transformed:

L'impossible paix au Liban : ni trêve ni transport des blessés

Un nouveau film
Le septième Jour :
la guerre n'est jamais jolie

Appel du Vatican aux Brigades rouges "Ne tuez plus"

«JE NE ME TAIRAI JAMAIS»

HÄGAR DUNOR LE VIKING **par Dik Browne**

JE VAIS OÙ JE NE SUIS JAMAIS ALLÉ AUPARAVANT... POUR FAIRE CE QUE JE N'AI JAMAIS FAIT AUPARAVANT ...
J'ESPÈRE QUE LORSQUE MON TOUR VIENDRA, JE SERAI AUSSI BRAVE !
ÇA Y EST ! TON BAIN EST PRÊT, HAGAR !

Figure 1.2. These headlines illustrate negative expressions, and the Hägar cartoon further reinforces the use of jamais.

Paris cherche un dialogue avec Washington.

(Les Français cherchent un dialogue avec les Américains.)

(La France cherche un dialogue avec les Etats-Unis.)

One minor transformation can trigger several additional changes in the sentence.

Headlines lend themselves simultaneously to points of grammar and to points of culture. The following headline is a good example of this:

Bientôt une nouvelle carte d'identité pour les Français

(Bientôt de nouvelles cartes d'identité pour les Français)

First, it can be used to show that the plural of une, des, has to be transformed into de because of the plural adjective nouvelles falling before the noun. When nouvelles is removed, des can stand. Then the matter of the carte d'identité itself may be discussed, as it represents an interesting cultural difference given that Americans' principal means of identification is the state driver's license.

Comic strips can even be found that illustrate one or more points of grammar. Like headlines, comic strip sentences are short. Comic strips have the added advantage of the images that provide a context for the new vocabulary. And, like headlines, they often have cultural value.

Some bandes dessinées lend themselves particularly well to grammatical exploitation. Hagar the Horrible, known in French as Hägar Dunor Le Viking, is a perfect example.[1] In Figure 1.2, the headlines illustrate negative expressions. The addition of Hägar illustrating how jamais is used in an additional context is a way to reinforce this point of grammar. Furthermore, American students will recognize Hagar from American newspapers and enjoy

---

[1] Hägar Dünor Le Viking by Dik Brown is featured as a comic strip in La Presse de Montréal, Le Soir de Bruxelles and Le Parisien Libéré. In addition, the publishing house Dargaud has recently published four Hägar albums in French.

Il tue ses cinq enfants et se suicide

1. Mettre au pluriel.
2. Mettre au passé composé (au singulier et au pluriel).

Barre : Si j'écrivais au Père Noël ...

1. Finissez la phrase.

Une mère abusive

1. Changez mère en père.
2. Mettre au pluriel.

Bombes dans un hôtel londonien

1. Changez hôtel en auberge.

Giscard pose ____questions____Brejnev

1. Remplissez les blancs.

Si tu es bien sage, tu iras à la foire.

1. Changez le temps présent à l'imparfait. 2. Changez l'imparfait au plus que parfait.

L'Iran a trop d'armes américaines : il est incapable de les entretenir

1. Supprimez le mot trop.

MISSILES MX : VICTOIRE
[1] ___ REAGAN [2] ___ SENAT

1. Remplissez les blancs par la préposition qui convient le mieux.

Réforme des hôpitaux

1. Mettez au singulier.

Figure 1.3. These headlines provide a variety of grammatical exercises for general review.

seeing a familiar face all the more in French.

The exercises need not be organized by category; a single transparency may contain a variety of grammatical exercises for purposes of general review (see Fig. 1.3). An adequate review sheet can be completed in less than an hour, though more time is required in order to take full advantage of headlines.

The simplicity and timeliness of newspaper headlines as well as certain comic strips make them an excellent vehicle for reviewing grammar at various levels of French.

Chapter 2
Film Reviews and Scenarios

Motion pictures are a particularly rich resource, since virtually every topic possible has been addressed on celluloid. Film has gained even greater importance in recent years as a result of the video revolution and the availability of a wide variety of offerings on videocassette. French classics and current offerings are available for purchase or rental and have already been prepared for viewing on American videocassette units. By now, film has become an integral part of many foreign language courses. On many university campuses, entire courses are devoted to the analysis and appreciation of various film genres in all possible languages.

This chapter offers a dual focus on film; the first concerns specialized vocabulary related to newspaper reviews, and the second concerns a list of cultural features that may be derived from films shot and produced in France. The ideas expressed here are intended for students in the early stages of learning French--during the second year of high school French, or the second semester at the post-secondary level.

Several types of assignments can make use of film reviews. Perhaps the simplest is having students answer some short questions based on ads and movie listings. Schulz (1974) suggests the following questions:

1. Combien de cinémas y a-t-il?

2. A quelle heure y a-t-il une séance?

3. Combien coûtent les places? (Combien coûte l'entrée?)

4. Quel genre de films est-ce qu'on passe dans la ville?

5. Quels films américains paraissent populaires?

6. Y a-t-il des films spéciaux pour enfants?

7. Comment les films sont-ils classés (aux Etats-Unis ils sont classés PG, R et X)?

Although she presents the questions in English for teachers of all foreign languages, it is best to use the language being studied since so much of the vital vocabulary is to be found in the actual questions.

The major focus of this chapter is to show students how they can use film reviews to develop vocabulary and to construct sentences. Although the intention of these assignments is to work with reviews written in French, there is no reason why early developmental work cannot be done with reviews in English, as long as the students' own written work is done in French. Some simple terms follow:

un acteur (une actrice): une vedette, une star, un personnage qui joue un rôle principal dans un film. Marilyn Monroe était une grande vedette. Humphrey Bogart aussi était une vedette, une star.

tourner un film: faire un film. On tourne beaucoup de films à Hollywood.

se passer: avoir lieu. L'action du film se passe à New York. L'histoire a lieu à New York.

il s'agit de quelque chose ou de quelqu'un: ce que l'histoire raconte. Il s'agit d'un assassinat qui a lieu à Paris. Il s'agit d'un homme qui meurt dans un accident de route.

un cinéaste: personne responsable de l'activité créatrice et technique d'un film. François Truffaut, Jean-Luc Godard et Alfred Hitchcock sont de grands cinéastes de notre époque.

une caméra: instrument qui sert à filmer. Ne pas confondre avec un appareil qui ne fait que des photographies.

un metteur en scène: personne qui assure la réalisation d'une œuvre dramatique, d'un film.

un film en V.O.: un film en version originale; à l'étranger on ajoute des sous-titres. Quand on voit un film américain à Paris en V.O., on entend l'anglais et on lit des sous-titres en français.

film doublé: film dont la langue d'origine a été remplacée par une autre langue. Par exemple, aux Etats-Unis, le film français "Cousin-Cousine" a été doublé en anglais.

un court métrage: un film court. "Le Ballon Rouge" est un court métrage français.

un long métrage: Les films qu'on voit au cinéma sont généralement de longs métrages. "Les Dents de la Mer" ("Jaws") est un long métrage.

passer: montrer, être présenté: Il y a un bon film qui passe en ville. On passe "Annie Hall" à New York. On montre un film de Bogart.

le critique: personne qui écrit une critique, le compte rendu d'un film. Pauline Kael est critique pour The New Yorker. Le film "Tootsie" a reçu une bonne critique.

des sous-titres: un film en V.O. a souvent des sous-titres dans un pays où on parle une langue autre que celle du film. On a passé le film de Truffaut, "Le Dernier Métro," en V.O. aux Etats-Unis avec des sous-titres. On dit aussi, un film sous-titré.

General questions:

1. Quel est le titre du film? (le titre français ou anglais)

2. Quand et où le film a-t-il été tourné?

3. Qui en est le cinéaste? Quels sont d'autres films qu'il a réalisés?

4. Où l'action se passe-t-elle? (Où a-t-elle lieu?)

5. Qui sont les vedettes du film? Quels sont les rôles qu'elles jouent?

6. De quoi le film s'agit-il? (une phrase)

7. En trois ou quatre phrases, expliquez ce qui se passe.

8. Comment le film se termine-t-il? (une ou deux phrases)

9. Quel est le meilleur aspect du film? (bonne histoire, de bons acteurs, beaucoup d'action, etc.)

10. Quel est le pire aspect du film?

11. En général, que pense le critique du film (comment en est la critique)?

12. Avez-vous envie de voir ce film? Pourquoi?

Again, it might not be a bad idea, as a means of developing vocabulary at the early stages, to allow students to respond in French to reviews written in English or to films they have actually seen. Work of this nature allows students to focus on specialized vocabulary found in the general questions (Où le film a-t-il été tourné?; Qui sont les vedettes du film? Qui en est le cinéaste?) Students can form small groups and ask each other questions pertaining to films they have seen in theaters or on television. After some preliminary work in English, however, it is much more interesting and challenging to develop vocabulary and reading comprehension with articles in French. Furthermore, many vocabulary items given in the general questions are to be found in French texts, which simplifies the task to be completed.

The film assignment can be given to students using French-language newspapers and magazines from any number of countries, including, of course, the United States. French-language newspapers are published in this country, such as France-Amérique and Le Journal Français des Etats-Unis, that are very useful in pursuing some of these ideas. Many of these newspapers are available in urban areas and university libraries throughout North America.

You would be well advised to help students select reviews at the appropriate level of difficulty. Reviews vary greatly from one French-language newspaper to another. Some reviews are written in a highly literary style and go into great detail on philosophical, historical, and technical aspects of a genre or film style. For example, films such as "Amadeus" and "Cotton Club" have been the subject of

feature articles in L'Express. The film "Amadeus" sparked five articles on Mozart in the same issue.[1] Other reviews are brief and simple, offering merely a synopsis along with the names of the main producers and actors. At the early level of vocabulary development, the simpler reviews are more appropriate.

The following excerpts of "Cotton Club" reviews demonstrate differences of styles and difficulty levels.

> Un musicien blanc (Richard Gere) souffle dans sa trompette et, par hasard, sauve la vie de Dutch Schultz, big boss de la pègre. Ce dernier lui donnera un coup de pouce, et engagera son frère comme chauffeur tueur. Un danseur noir (Greogory Hines) tombe amoureux d'une femme blanche, puis se sépare de son frère pour accéder à la célébrité. . . . Comme tout se passe dans les années 30 . . . le sang et le jazz prennent une allure . . . photogénique.[2]

The second excerpt is from a much more sophisticated source:

> Harlem, années trente. Le film procède par binomes. Richard Gere et sa bien-aimée Diane Lane, elle-même attachée à la personne d'un bootlegger, lequel a un lieutenant pittoresque, comme chaque gangster, Blancs et Noirs. En face, un danseur de claquettes (Gregory Hines), et sa bien-aimée (Lornette McKee). . . . Amour et racisme, pègre et musique, règlements de comptes et vieilles amitiés alternent et se marient, la violence monte en même temps que les rythmes du succès.[3]

Compare these excerpts with the following very brief review of "The Pope of Greenwich Village," taken from L'Express:

> Comment deux demi-sel (petits proxénètes) Italiens essaient de suivre à coups d'aventures

---

[1] L'Express, No. 1738, November 2, 1984

[2] L'Express, No. 1748, January 11, 1985

[3] Claire Devarrieux, "Cotton Club," de Francis Coppola, Le Monde, Edition Internationale, Sélection Hebdomadaire, January 8, 1985

> minables: casses (cambriolages) ratés, paris avortés, jobs imbéciles. L'un pense, l'autre dépense. Jusqu'au jour où la Mafia commence à être un tantinet irritée . . . Stuart Rosenberg, cinéaste prolixe et parfois heureux ("Luke la Main Froide" 1967; "Wusa" 1970; "Brubaker" 1980), a dirigé paresseusement ce petit polar (film policier) sympathique, dans lequel les deux acteurs principaux, Eric Roberts et Mickey Rourke, jouent les vingt tonnes (les gros durs). Mais, c'est surtout les personnages secondaires qui retiennent l'attention: flics véreux (malhonnête), barmen fatigués, artisans malins. Banal, mais pas mal.[4]

The matter of finding a suitable level of difficulty is crucial with film reviews. The assignment is of particular interest to those who have already seen the film because they already have an idea of the story, which aids their reading comprehension. Moreover, if students have already read reviews of a film in English, they will be curious to see how it has been received on the other side of the ocean. Sometimes there are enormous differences in the way films and actors are perceived. For example, some American actors, such as Jerry Lewis and Jack Palance, have always had great success in France, much to the surprise and amusement of Americans.

After a certain amount of developmental work has been completed, students are ready to go from general questions applicable to all films to specific, teacher-prepared vocabulary and questions related to specific reviews. As students become more proficient in working with basic vocabulary and sentences, they become ready for second-level questions that require thought and inference rather than mere description. Beginning questions such as, "Qui sont les vedettes du film?" and "Où l'action se passe-t-elle?" give way to a question such as, "A quelle heure de la journée croyez-vous que cette scène a lieu? Pourquoi?"

In addition to working with newspaper accounts of a particular movie, students should consider the film itself. They can discuss its story, its literary merits, or its cultural content. At the early levels of language development, the notion of

---

[4] "Le Pape de Greenwich Village," L'Express, No. 1750, January 25, 1985.

cultural differences, as superficial as they may be, are fascinating and intensify student interest. Before viewing a film, students can sharpen their awareness by preparing to look for the following categories:

1. artifacts: physical objects, homes (architectural styles), streets, churches, cars, stores, town layouts, etc.

2. attitudes: reactions toward institutions such as food, drink, driving regulations, getting fat, vacations, etc.

3. background: geographical and historical setting.

4. clothing: work clothes, mens' and womens' fashions, formal vs. informal attire, etc.

5. gestures: gestures during conversation or body language to accompany significant emotional reactions such as to forget, not knowing, being angry, etc.

6. humor: the cocu as the butt of jokes (as opposed to American jokes about the mother-in-law), for example.

7. onomatopoeia such as paf, wouf, pan-pan and proverbial expressions such as le temps c'est l'argent, c'est bon comme le pain, etc.

8. social customs: manners, greeting and leave-taking, forms of address, introducing people, l'heure de l'apéro, mealtimes, etc.

9. stereotypes: wearing a beret, having a cigarette dangling from one's mouth, being very thin, etc. (Morain, n.d.) (Students can be asked to differentiate between valid and invalid stereotypes and whether superficial observations actually hold true for a great portion of a particular population.)

These aspects of culture can be discerned in educational shorts as well as full-length features intended for mass audiences.. One way to derive maximum benefit from a film is to obtain a script. The French publication L'Avant Scène du Cinéma, a monthly journal available in this country in many university libraries, contains scenarios in French

of major films produced throughout the world. (Subscriptions are available from the following address: 27, rue Saint-André-des-Arts, 75006 Paris.) Certain issues contain an index of all the scenarios ever published. Complete scripts include dialogue, scenario, stage directions, camera shots and occasional black and white photographs. The dialogue itself is useful for helping students understand the material. The instructor can use it to prepare vocabulary, grammar exercises, and questions at various levels. The scenario is a useful means for locating the many aspects of culture that have been discussed earlier. However, the printed scenario is somewhat limited in the aspects of culture it can present; the actual film provides a much more complete inventory of cultural features. One example of culture as it relates to food can be found in the following excerpt from the scenario:

> Gilbert (un garçon de café): "Alors, à suivre un train de côte, un salé, deux suprêmes, un coquelet et un pavé du jour saignant."[5]

Each term (train de côte, rack of ribs; un salé, pork; suprême de volaille, chicken breast in cream sauce; un coquelet, a young rooster; and un pavé du jour saignant, a steak cooked rare) would be meaningless to uninitiated students merely viewing the film. With a script, however, they have time to consult a dictionary or someone familiar with French gastronomic terms. Scripts also contain cultural references to schools, brand names, the physical layout of places, and so on. Such references are found in the stage directions as well as in the conversations themselves.

Dialogues are an excellent resource for a number of reasons. Often the actors' lines are written exactly as they are supposed to be delivered (e.g., J'sais pas, T'as faim, toi? Ah, y a de quoi). The language is authentic--it is language the way it is actually spoken, slang, slurred-over phrases and all. It is authentic in terms of registers, reflecting differences in speech according to age, social class, milieu, and so on. Students can learn about relationships by noting how tu and vous are used as they read. The dialogues show

---

[5] "Garçon," L'Avant Scène du Cinéma, No. 319-320, January 1984.

how people at various social levels refer to one another formally and informally. The script can serve as an excellent cultural introduction before the students even see the film; the visual elements of seeing the film then clarify many details that are not readily understood through the script.

More and more French films are now available on videocassette for home and school viewing. The advantages of videocassettes include the opportunity for repeated viewings of the entire film or selected excerpts. The pause button can be used to freeze action on the screen and clarify the vocabulary or meaning of a particular scene. You can also record a film's sound track onto audiocassette to give students practice in listening comprehension. Going a step further, you can take 35mm slides (at 1/30th or 1/60th of a second) directly from a videocassette recorder (VCR) monitor. The slides can be used to focus on certain scenes or characters.

A combination of all these factors can be used to help students follow and appreciate a film. You could even take a portable audiocassette recorder into a theater to tape portions of a film for replay at a later time. Even if the recording is vastly inferior to that of a sound track copied from a VCR, short passages of a film heard in conjunction with a script can enliven interest and enhance listening comprehension. To avoid breaking copyright laws, request written permission from film distributors before reproducing films or sound tracks.

Chapter 3
Teaching About Music Through Reviews

Newspaper reviews of concerts are an excellent vehicle for developing vocabulary in all types of music. Reviews contain comments about performers, the concert hall, audience reactions, and the various instruments used by symphony orchestras, rock groups, and jazz ensembles. Concerts of all kinds are given good coverage in dailies, and students have a wide variety from which to choose.

This chapter deals first with classical music before turning to jazz and rock. Many of the instruments mentioned in classical music reviews are relevant to other types of music as well. The vocabulary and descriptions used in record reviews are basically the same as those of concert reviews with the exception of a few technical items specific to the recording industry.

There are some interesting similarities and differences in music vocabulary between English and French. Since most terms for musical instruments are cognates, students will have little difficulty recognizing them (e.g., une trompette, un piano, un basson). Following are several useful music vocabulary items and a few peculiarities.

le chef d'orchestre: personne qui dirige l'orchestre. Seiji Ozawa est chef d'orchestre de l'Orchestre Symphonique de Boston.

le pupitre: petit meuble incliné sur lequel on met la partition (la musique).

la partition: notation d'une composition musicale. Toscanini connaissait beaucoup d'œuvres par cœur et dirigeait souvent sans partition. Quand Jean-Pierre Rampal joue de la flûte, il regarde la partition. John Williams a écrit la partition pour le film "La Guerre des Etoiles."

interpréter: jouer d'une manière personnelle: une soprano interprète des chansons; un chef

d'orchestre interprète une composition, etc. Le pianiste a interprété le 3e concerto de Saint-Saëns.

un compositeur: personne qui compose des œuvres musicales. Bach, Mozart, et Beethoven étaient des compositeurs célèbres. Germaine Taillefer, Francis Poulenc, et Darius Milhaud étaient des compositeurs français.

un/une mélomane: personne qui aime et qui connaît la musique.

un opéra: ouvrage dramatique mis en musique. "Carmen" est un opéra du compositeur Georges Bizet.

un quatuor: œuvre de musique écrite pour quatre instruments ou quatre voix. Un quatuor à cordes est une œuvre pour deux violons, alto, et violoncelle. Il y a aussi un quartette, mais il s'agit d'un ensemble de jazz à quatre musiciens.

un quintette: œuvre de musique écrite pour cinq instruments ou cinq voix. Se dit aussi pour un orchestre de jazz composé de cinq musiciens.

un chœur: un groupe de chanteurs. Le chœur a interprété "Le Messie" de Haendel.

une œuvre: création musicale d'un compositeur; par exemple, une symphonie ou un quatuor. Bach a écrit beaucoup d'œuvres pour orgue.

un air: mélodie d'une chanson. On chante un air. (On a tendance à éviter une construction comme chanter une chanson).

une symphonie: composition musicale à plusieurs mouvements. Beethoven et Schubert ont écrit neuf symphonies chacun. Haydn en a écrit 104.

un/une soliste: musicien(ne) qui exécute une œuvre écrite pour un instrument. Isaac Stern est un soliste qui a interprété le concerto pour violon de Beethoven.

un/une instrumentiste: joueur d'un instrument. Il y a une vingtaine d'instrumentistes dans un orchestre de chambre.

un concerto: composition pour orchestre et un instrument soliste. Le Concerto pour piano n° 21 de Mozart a été rendu célèbre par le film de Bergman, "Elvira Madigan."

la baguette: bâton mince avec lequel le chef d'orchestre dirige les musiciens.

Following are the most common musical instruments.

Les cordes:

le violon
l'alto
le violoncelle
la contrebasse
la guitare
la harpe

Les cuivres:

la trompette
le trombone
le cor
le tuba

Les bois:

la clarinette
le saxophone
le basson
le hautbois (mais l'hauboïste)
la flûte
le piccolo

Les instruments à percussion:

le tambour
le xylophone
la grosse caisse
les timballes (On bat les timballes.)
la batterie (tambours dans des ensembles rock ou jazz)

Les instruments à clavier:

le piano
le clavecin
le clavier (surtout pour le rock)
l'orgue
le synthésizer

The French do not use letter designations for identifying the keys of musical works. They use do or ut (C), ré (D), mi (E), fa (F), sol (G), la (A), si (B), and back to do. Flat is bémol and sharp is dièse. Works are titled as follows: symphonie en si bémol (symphony in B flat), concerto en do mineur (concerto in C minor) or sonate en do dièse (sonata in C sharp).

Following are a series of general questions that can be answered after reading music reviews. The questions are also applicable to live or televised concerts:

1. Quel est le nom de l'orchestre?

2. Où et quand le concert a-t-il eu lieu?

3. Qui a dirigé cet orchestre?

4. Normalement, qui en est le chef d'orchestre?

5. Qui étaient les solistes (quels instruments, quels morceaux)

6. Quelles œuvres a-t-on interprétées (qu'est-ce que l'orchestre a joué)?

7. Que pense le critique du concert (meilleurs aspects du concert; pires aspects du concert)?

8. Le concert a-t-il reçu une critique favorable ou défavorable?

The following review excerpts lend themselves well to the general questions:

> Un nouvel astre de l'archet est né au ciel de la musique. Shlomo Mintz n'a pas 25 ans. En moins d'une demi-heure, il a conquis Paris. Silhouette adolescente, visage d'enfant roux, il s'est placé d'emblée au premier rang en interprétant le Concerto pour violon de Mendelssohn. . . . (Daniel Baremboïm) a dirigé l'Orchestre de Paris. . . . La soirée s'achevait sur la Symphonie en si bémol, écrite par Schubert à 17 ans. (Cette œuvre a été jouée) avec une sincérité et un

enthousiasme juvéniles par un Baremboïm à qui, décidément, tout réussit.[1]

The other excerpt tells about the first trip to the United States of L'Orchestre de Toulouse.

> Le programme (qui aura lieu à Carnegie Hall) est consacré à la musique française. . . . Les cuivres sonnent bien, les cordes ont acquis une belle pâte (un beau son, bien travaillé) et Philippe Entremont sera, pour ce premier voyage, une magnifique locomotive. Son interprétation du 5e Concerto de Saint-Saëns est éblouissante.[2]

Jazz articles contain relatively few details on music. They do give background information on soloists and groups, on concert tours they have made and on various influences that have made them well known. The following excerpts illustrate this point:

> Cette fois-ci, Oscar Peterson jouera en solo, lundi soir, à Pleyel (salle de concert à Paris), et certains regretteront, à juste titre, qu'il n'ait pas choisi la formule du trio ou du duo, comme ce fut le cas, cet été, avec l'excellent contrebassiste danois, Niels Hennig Peterson, lors du festival de jazz d'Antibes-Juan-lesPins.[3]

Another jazz excerpt reads as follows:

> A 33 ans, John Scofield est un guitariste totalement marqué par l'univers jazz-blues-rock-funk né de la vague du jazz électrique à l'aube des années 70. Son maître à jouer reste sans doute de loin John McLaughlin et aussi Miles (Davis) avec qui il est depuis près de trois ans.[4]

---

[1] Jacques Doucelin, "Naissance d'un violoniste," Le Figaro, Oct. 15, 1978.

[2] Pierre-Petit, "Le Capitole à Carnegie Hall," Le Figaro, October 15, 1978

[3] "Rien qu'un piano, mais celui du monument Oscar Peterson," Le Figaro, October 10, 1979

[4] "John Scofield: un guitariste loin de Miles," Le Quotidien de Paris, April 1, 1985

The topic of rock music is one that holds a great deal of interest for students of all levels. They will no doubt enjoy reading about famous rock groups and how they are being received in various Francophone countries. Unlike classical music critiques, rock articles do not go into much detail on music per se other than to mention the band members and their instruments. Aside from occasional comments on tempo and instrumental virtuosity, most of the commentary deals with personal and group background, hit recordings, videos, recent concerts, the artists' particular style, and audience reactions. Reviewers also treat political and social factors that influence rock music. The subject matter is so varied that few vocabulary items recur frequently. However, British and American influences on rock are such that a fair amount of English is found in song titles, in descriptions, and in names of rock styles (punk, funk, new wave, etc.). These English words certainly aid in reading comprehension. Some of the vocabulary most often encountered in rock articles include the following:

les amplis: les amplificateurs--instruments électroniques qui servent à amplifier la musique.

un batteur: celui qui joue de la batterie. Ringo Starr était le batteur des Beatles.

l'éclairage/les éclairages: distribution de la lumière (lighting).

enregistrer: faire un disque. On enregistre avec un magnétophone. Le groupe a enregistré un 45 tours chez C.b.s.

une guitare: Dave Evans joue de la guitare pour le groupe U2.

la sono: matériel de diffusion du son (sound system).

un tube: un enregistrement qui a eu beaucoup de succès. On a vendu un million d'exemplaires de leur dernier tube.

une tournée: voyage entrepris par un artiste ou un groupe pour donner plusieurs concerts. En 1984, Michael Jackson a fait une tournée aux Etats-Unis.

The following excerpt is a good example of the type of subject matter found in rock articles. It is also an interesting commentary on the state of rock music in France.

> Le rock français ne se vend pas à l'étranger, tout simplement parce qu'il est invendable. Nos groupes ne font que copier, avec quelques années de retard, les "innovations" anglo-saxonnes. Compte facile à établir: depuis vingt ans, New York et Londres ont lancé toutes les "vagues," tous les styles, tous les "looks"; Paris et la France, aucun. Et pourquoi la Grande Bretagne ou les Etats-Unis importeraient-ils des groupes dont ils possèdent déjà eux-mêmes des milliers d'exemplaires?[5]

The following rock review was written about the Irish group U2 in concert at the Montreal Forum.

> Pas de costume, pas de décor, pas d'ampli à vous assommer et rien que deux guitaristes et un batteur pour seconder Bono, le leader. Mais quelle magie, quelle intensité, quelle électricité dans la foule. Une des plus belles foules que j'ai vues au Forum. . . . Ce ne fut pas pourtant un show parfait et c'est peut-être ce qui en a fait son charme. La sono n'était pas toujours balancée, les éclairages n'ont ébloui personne mais quelle magie dans les doigts du guitariste Dave Evans qui sait créer tout en environnement musical avec si peu de moyens.[6]

For articles about jazz or rock concerts, the following general questions are suggested:

1. De quels artistes était-il question? Quels étaient leurs instruments?

2. Où et quand le concert a-t-il eu lieu?

3. Quelles chansons ou quels morceaux les artistes ont-ils interprétés?

---

[5] "Le rock français cherche sa voix," L'Express, April 5, 1985

[6] "Comme un printemps irlandais," La Presse de Montréal, March 28, 1985

4. Quelle a été la réaction de la foule?

5. Le concert a-t-il été une réussite ou un échec? Pourquoi?

6. D'où viennent les artistes? (D'où sont-ils originaires?)

7. Quel a été leur dernier tube?

8. Lequel de leurs tubes a connu le plus de succès?

9. Quelle a été leur plus grande tournée jusqu'à maintenant?

10. Pourquoi ces artistes sont-ils si bien connus? Donnez deux ou trois raisons pour leur popularité.

For many of these questions, short answers should suffice for demonstrating reading comprehension.

Chapter 4
Advertisements and Product Copy

There is probably no medium, in recent times, that has been more exploited for pedagogical purposes than that of advertising. Ads exist in so many forms that they must first be organized into their major categories--print and broadcast. Print media embrace the two subcategories of large display ads and want ads; broadcast advertising is further subdivided into radio and television commercials. (See Chap. 12 for a discussion of television.) This chapter focuses on print advertising messages.

Advertisements are enjoyable to work with for many reasons. As members of the television age, everyone is already familiar with the institution. As annoying and as repetitive as commercials may be, they do have their pedagogical value, and students enjoy studying them. Better yet, they enjoy making fun of them. Print ads often have the advantage of a visual element that aids comprehension. The headlines or slogans by themselves are rich in pedagogical possibilities. (See Chap. 1 on headlines.)

Another interesting aspect of most ads is their length. The text is very often short, meant to catch the reader's attention and to encourage a fast reading. The picture and the headline offer good clues to comprehension, making the text easier to understand. Furthermore, these ads are often written in a short, emphatic, breezy style using contemporary language. Thus such ads offer an excellent way to develop contemporary vocabulary.

Some ads are particularly useful because they contain several visuals that often tell a complete story. In the ad for the margarine Vitelma (see Fig. 4.1), which appeared in Le Soir de Bruxelles during the 1970s, not only is there a series of pictures that clearly focus on one topic at a time, but text is written in the imperative as a set of dos and don'ts to ensure the proper functioning of the heart. Students can already understand the ad without reading the text. The text, however, helps them learn the essential vocabulary. In other

pour votre cœur...
dix
conseils-santé
1 Une alimentation équilibrée doit être riche en vitamines : mangez donc beaucoup de légumes et de fruits.
2 Consultez régulièrement votre médecin, faites-vous examiner au moins une fois par an.
3 Contrôlez votre poids : l'excès de poids demande un effort plus important à votre cœur.
4 Aidez votre organisme, évitez les excès de tabac et d'alcool.
5 Ménagez-vous quelques pauses-détente au cours de la journée.
6 Faites le « plein » d'air pur pendant le week-end : promenez-vous à la campagne ou en forêt.
7 Si vous le pouvez, faites tous les jours une petite demi-heure de marche.
8 Votre corps a besoin de repos : dormez au moins huit heures par nuit.
9 Evitez de consommer trop de sel.
10 Et surtout utilisez la margarine de régime sans sel Vitelma : 64 % d'acides gras polyinsaturés.
Demandez l'avis de votre médecin: ces dix conseils sont précieux pour la santé.
Nous mangeons trop et trop bien.
C'est une des causes de l'excès de cholestérol.
Excès qui peut être dangereux.
Mais il y a quelque chose que vous pouvez faire:
choisissez une margarine riche en acides gras polyinsaturés (acides cis-cis linoléique).
Vitelma, margarine de régime sans sel, en contient un maximum: 64%.
Vitelma contribue à neutraliser l'effet des acides gras nocifs et à freiner ainsi l'excès de cholestérol.
Vitelma

Figure 4.1. This Vitelma ad tells a story with visuals and text.

BEST COPY AVAILABLE

words, rather than worry about comprehension, students can concentrate on learning vocabulary.

A two-page ad for IBM France shows 100 probable users of computers on the job (see Fig. 4.2). These pictorial representations are excellent for asking questions about various professions.

Another type of large ad with a major visual component is that for a new apartment complex. Such ads often feature floor plans along with other useful information about location (see Chap. 5).

Certain magazine ads are especially valuable because of the cultural content of the visuals, which can prompt simple questions such as:

1. Qu'est-ce qu'ils portent?

2. Qui voyez-vous?

3. Qu'est-ce qu'ils font?

Questions can be asked regarding differences in culture and sexual stereotypes. They can also be asked about clothing, housing, and architecture as well as a variety of other cultural aspects. (See questions on culture in Chap. 2 on film.)

Ads are an exceptionally versatile resource because of the complete range of products they cover. An instructor can exploit a simple ad for class use or ask students to answer general questions based on ads of their own choice. Typical general questions that are applicable to all products include the following:

1. De quoi s'agit-il?

2. Qu'est-ce que c'est?

3. A quoi ce produit sert-il? (This is a good question for exploiting the idiomatic expression servir à.)

4. Comment est-ce qu'on s'en sert? (two or three sentences). This is a good question for covering the expression se servir de quelque chose and its synonym employer quelque chose. These synonyms are further useful for reviewing the reflexive form and the pronouns le and en. For example:

Un bic? Je l'emploie pour écrire.
Je m'en sers pour écrire.
C'est le bic que j'emploie.
C'est le bic dont je me sers.

L'électricien l'utilise pour y voir plus clair dans ses affaires.
L'agent de voyages l'utilise pour programmer le monde entier.
Le Père Noël s'est fait un cadeau.
Le professeur l'utilise pour corriger les examens.
Le banquier l'utilise pour faire fructifier l'épargne.
Le transporteur l'utilise pour planifier ses chargements.
Le dentiste l'utilise pour organiser au mieux ses rendez-vous.
Le chef de projet l'utilise pour rester aligné sur ses objectifs.
Le plombier l'utilise pour endiguer le flot de sa gestion.
L'hôtelier l'utilise pour établir les additions de ses clients.
Le contremaître l'utilise pour tenir ses délais.
Le chef cuisinier l'utilise pour pimenter ses menus.
Le scientifique l'utilise pour voir clair dans sa documentation.
Le créateur de mode l'utilise pour rester son propre patron.
L'architecte l'utilise pour mettre ses projets d'équerre.
L'avocat l'utilise pour boucler plus vite ses dossiers.
L'associé l'utilise pour rester jeune et associé.
Le cinéaste l'utilise pour tourner au moindre coût.
L'impresario l'utilise pour suivre la carrière de ses poulains.
Le médecin l'utilise pour adapter ses prescriptions aux antécédents de ses patients.
Le pharmacien l'utilise pour avoir sous la main des milliers de médicaments.
L'horticulteur l'utilise pour créer de nouvelles variétés.
Le directeur du zoo l'utilise pour comprimer les dépenses de chauffage.
Le capitaine des pompiers l'utilise pour soulager son comptable.
L'ingénieur des chemins de fer l'utilise pour programmer le train électrique de son fils.

Figure 4.2. These pictorial representations of professions by IBM are excellent prompts for questions.

BEST COPY AVAILABLE

5. Combien coûte ce produit?

6. Où peut-on l'acheter?

7. Que contient la boîte (le tube, etc).

8. Où a-t-il été fabriqué?

Computer ads are particularly interesting because they reflect today's fascination with the new technology and contain vocabulary to describe various aspects of computer operations. Teachers find the vocabulary interesting because it is new and has a real context instead of merely being a part of a new word list. A recent ad for the IBM Personal Computer in Le Point is a good example of new vocabulary in appropriate context:[1]

> Avec 128.000 caractères de mémoire (128K), deux unités de disquettes, un clavier de 128 signes et fonctions, un écran monochrome, une imprimante travaillant à 80 caractères par seconde et un choix de logiciels de base (traitement de texte, calcul et tableur), il est proposé à 40.000 francs dans les boutiques IBM.

This copy contains essential vocabulary such as 128K, screen (écran), printer (imprimante), word processing (traitement de texte), math functions (calcul), double-disk drive (deux unités de diskette) and spreadsheet (tableur).

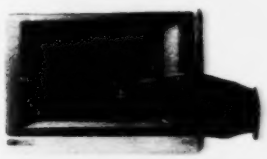
The same issue of Le Point also contains a three-page ad for the Hewlett-Packard HP 150, premier microordinateur à écran tactile. A picture series demonstrates how the touch screen works (see Fig. 4.3). Additional copy in the ad gives the following general information:

> Pour communiquer avec le nouveau HP 150, il suffit d'effleurer du doigt son écran tactile. Il vous répond. Entre lui et vous, le dialogue est direct. Equipé d'un clavier en plus de son écran tactile, le HP 150 permet à tous les utilisateurs, même peu initiés, d'établir avec l'ordinateur la relation la plus immédiate qui soit.

---

[1] Le Point, May 28-June 3, 1984

L'écran tactile réagit au simple contact du doigt. Localisez sur l'écran la fonction à sélectionner, l'information à rechercher ou à modifier. Le HP 150 vous répond immédiatement.



Les applications - Le HP 150 dispose de tous les logiciels fondamentaux, dont gestion de tableaux, gestion de fichiers, traitement de textes, éditions de graphiques et de nombreux logiciels d'application. Ils sont tous disponibles en français.

La facilité d'intégration - Ordinateur personnel, le HP 150 a aussi été conçu pour s'intégrer facilement au système informatique existant. Il peut communiquer avec d'autres ordinateurs personnels et un ordinateur central.

---

our communiquer avec le nouveau HP 150, il suffit d'effleurer du doigt son écran tactile. Il vous répond. Entre lui et vous, le dialogue est direct. Équipé d'un clavier en plus de son écran tactile, le HP 150 permet à tous les utilisateurs, même peu initiés, d'établir avec l'ordinateur la relation la plus immédiate qui soit.

omme tout ordinateur personnel, le HP150 se destine aux applications classiques du bureau, qui en font l'instrument idéal des gestionnaires et cadres d'entreprises, quelle que soit leur taille, des professions libérales et de tous ceux qui doivent, dans leur profession, avoir facilement accès à l'information. Le HP150 utilise le système d'exploitation MS/DOS. Il accepte par conséquent la plupart des logiciels existants, bénéficiant ainsi d'une vaste bibliothèque de programmes, déjà largement éprouvés. Le HP150 bénéficie du support que HP apporte à tous ses produits, et d'un large réseau de distributeurs dans toute la France

HEWLETT PACKARD

Figure 4.3. This Hewlett-Packard ad gives a visual demonstration of how the touch screen works.

BEST COPY AVAILABLE

The Hewlett-Packard ad is particularly instructive for several reasons. It contains recent computer terminology in French and the visual element demonstrates the écran tactile, making these words easy to understand and retain. In addition to introducing some very useful vocabulary such as software (logiciel), word processing (traitement de texte) and file management (gestion de fichiers), the ad lends itself well to a review of some important points of grammar, including the following:

1. the verb disposer de quelque chose

2. the plural of fondamental, les logiciels fondamentaux

3. the verb form il suffit de (faire quelque chose)

4. the verb form permettre à quelqu'un de faire quelque chose

5. the superlative la relation la plus immédiate followed by the subjunctive qui soit

The two ads offer a great deal of computer-related vocabulary that should be easy enough to understand or deduce from the graphics. Trying to understand the new terms on the basis of the visuals and the context is, in itself, a pleasant activity for teachers and their students.

In addition to the general questions on ads suggested earlier in this chapter, the instructor can prepare series of questions that pertain directly to specific ads. In this way, assignments may be tailored to the specific interests of students, focusing on relevant vocabulary and grammar.

Wrapper Copy and Instructions

In addition to ads in newspapers and magazines, some very useful vocabulary can be gleaned from product containers or from instructions enclosed with products. Many products purchased in this country, such as film and electronic equipment, include information and instruction sheets in several major languages. French-language information about other items, however, such as beauty products, food mixes, and so on, needs to be obtained in Francophone areas. One major advantage of these texts is that they are often written in series of imperatives.

Since students can usually figure out what to do on the basis of their personal experience (such as using a shampoo or making pudding), they can concentrate on learning vocabulary rather than following instructions to the letter. The general questions listed earlier are applicable.

The product information on a tube of hair-styling gel, for example, is sufficient to answer the questions:

> Tenax, gel à base de gommes naturelles, redonne souplesse et brillance à votre coiffure et la maintient en place toute la journée. Son utilisation est simple. L'équivalent d'une noisette de Tenax appliquée sur cheveux mouillés suivi d'un coup de peigne suffit à garder votre coiffure parfaite jusqu'au soir.

Questions 2-4 (see p. 35) would be answered as follows:

2. C'est un gel à base de gommes naturelles.

3. Il redonne souplesse et brillance à la coiffure.

4. Il faut mettre une noisette de Tenax sur les cheveux mouillés suivi d'un coup de peigne.

Some questions refer to the user's experience with the product, such as its cost and place of purchase:

5. $5.

6. Dans les pharmacies.

Information regarding the quantity of the product and the location of the manufacturer is usually printed on the outside wrapper of the product, and is also useful for introducing vocabulary.

7. 100 ml.

8. Il a été fabriqué en France (à Paris).

Another product, Biogaze, contains a mode d'emploi in the infinitive form that could be nicely exploited in class. Biogaze is a first-aid salve in gauze form enveloped within two strips of waxed paper--une bande 90cm x 12 cm. The instructions and product information are complete and lend themselves

to an effective demonstration. The directions read as follows:

> Découper un morceau de Biogaze, enlever les deux feuilles de paper protectrices et appliquer directement sur la plaie, en ayant soin de la recouvrir complètement et même d'en déborder légèrement le contour. Recouvrir la Biogaze de compresses stériles et compléter le pansement comme à l'ordinaire.

The first step in a demonstration should consist of a brief presentation of some essential vocabulary. In the example of the Biogaze ad, the following words, taken directly from the instructions, should be included: découper, enlever, appliquer, le pansement, la plaie, and recouvrir. The student takes a pair of scissors, cuts a piece of the medication and then applies it to a real or imaginary wound while explaining the steps, using the instructions as a guide. In addition to demonstrating the product, a student can then proceed to answer the general questions:

2. C'est un pansement.

3. Il sert à cicatriser les plaies, les ulcérations, les brulures et les escarres. (The student finds the vocabulary to use with servir à in the language on the wrapper: pansement cicatrisant plaies-ulcérations-brulures-escarres.)

4. (The actual demonstration using either il faut + infinitives or vous-form imperatives.)

5. F17,40.

6. Dans les pharmacies.

7. Une bande 90cm x 12cm (35.4" x 4.7").

8. En France; 92000 Nanterre.

The best feature of these ads is that they can be done quickly and easily in class. Brief, five-minute intervals can be devoted to commercials that actually demonstrate products; this is also a pleasant and effective way to start a class. The students are limited in time by the five to six answers required and the time it takes to demonstrate a product. Admittedly these demonstrations can range from simple tasks such as making pudding

or using a hair product to more difficult ones such as inserting a roll of film in a camera while describing the actions with the proper terminology. But whatever the length and however involved the demonstration, the vocabulary is all there in written form to be applied, and the technique of combining action with words helps students learn. The commercials are almost always followed by a question-answer session to elaborate on the information presented and to reinforce the newly acquired vocabulary.

Chapter 5
Housing and Real Estate

The topics of housing and real estate are of great value to the intermediate student of foreign languages. Large and small ads for apartments and houses contain information on a wide number of topics ordinarily mentioned in first- and second-year texts. They include floor plans, room nomenclature, location, and prices, as well as vocabulary related to rental and purchase. This information ties in with Chapter 10 on mail-order catalogues for teaching the vocabulary of ordering furniture and appliances. Housing ads are also useful for teaching verbs because they can be used to show where certain activities are completed. (Je me couche dans ma chambre, je me lave dans la salle de bain et je mange dans la cuisine ou la salle à manger, etc.) Instructors can use the materials to guide students to some of the more pertinent aspects of culture as they explain such things as salle de bain, W.C., and cave.

Most information on housing in newspapers and magazines comes in the form of ads, both large (display) and classified. The display ads, often for luxury apartments (appartements de grand standing), occasionally include a properly labeled floor plan complete with dimensions. This type of ad can be used to ask a series of questions relating to the functions of the rooms (see Fig. 5.1). Additional information can be sought, such as the name, address and phone number of the building in question. Display ads often contain detailed information on location, prices, facilities, and various advantages (see Fig. 5.2, p. 46). Students can be asked to convert the franc prices to U.S. dollars and the metric dimensions to square feet, an exercise that serves as a review of numbers.

The topic of housing calls for a look at want ads. All the important information regarding an apartment is condensed into a four-to-six-line ad consisting of a series of abbreviations--some easy to understand, some not. Several years ago, the

BEST COPY AVAILABLE

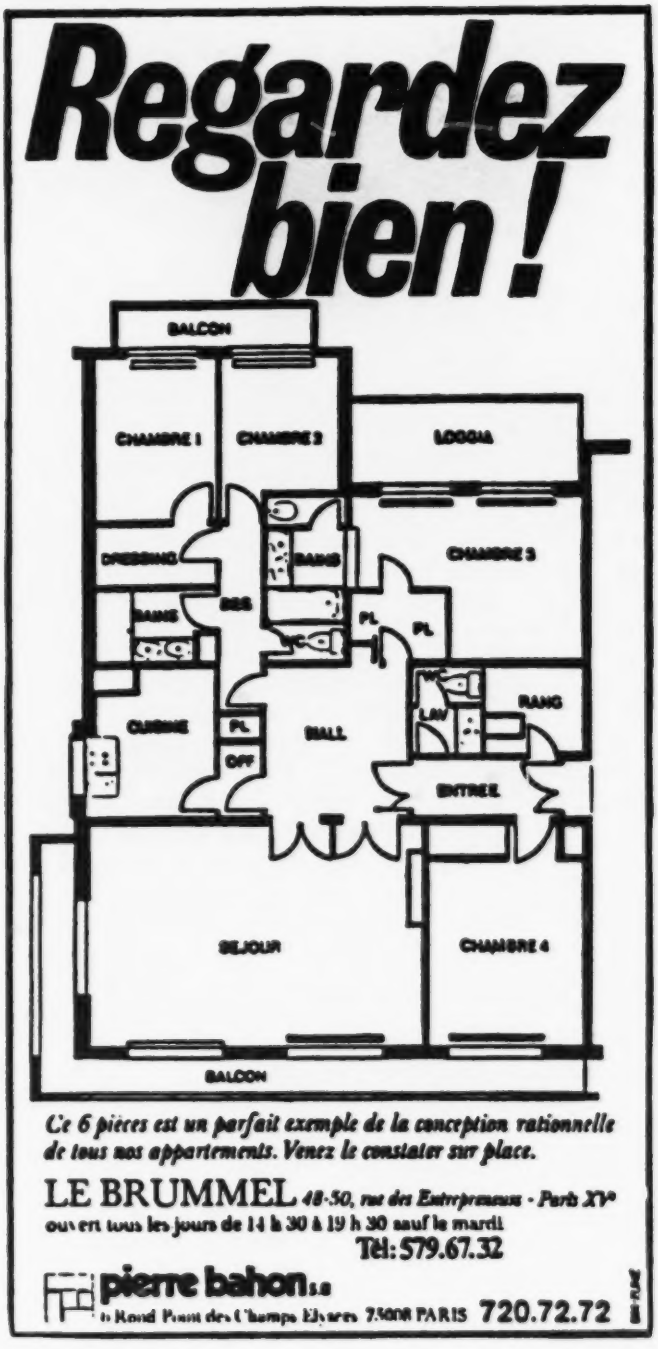


Figure 5.1. This ad displaying an apartment floor plan can be used to ask questions about the uses of the rooms.

French Le Figaro published a Lexique des Abbréviations to help readers understand the classified ads (see Fig. 5.3, p. 48). This lexicon is useful to students since most of the words in the list are either cognates or words covered in elementary textbooks; hence, they are easy enough to understand.

Students will no doubt have studied housing terms such as cuisine, chambre à coucher, and salle de bain, but they may experience a certain amount of confusion with le dressing, le balcon, le W.C., and le living/salle de séjour. In addition, the latter is sometimes referred to in Canada as le vivoir or in textbooks as le salon.

Another interesting matter concerns the price per house or apartment. In France, housing is often sold by the square meter, depending on location, of course. As one can imagine, prices for housing in Paris are considerably higher than those for equivalent housing in the provinces. This information can be conveyed through problem-solving activities in which students multiply the area in square meters by the price per square meter to determine the total cost in francs, which can then be converted to dollars.

The following vocabulary items are the ones most often found in large and small ads in French newspapers:

bs: salles de bain: 3 gdes ch, 2 bs, 2 cuis.
Exemple: Dans cet appartement il y a deux salles de bain.

une caution: somme d'argent qui sert de garantie (security deposit). A la fin de mon séjour dans cet appartement on me rendra ma caution.

une cave: endroit non aménagé qui se trouve sous une maison. Une cave est idéale pour conserver les vins parce que la température y varie très peu.

les charges: argent versé pour entretenir une maison--entretien, chauffage, électricité, etc. En général, le loyer comprend les charges. Exemple: 2.200F charges comprises (maintenance or utilities or both; this factor varies from one house to another).

à débattre: le prix n'est pas définitif; on peut négocier: Prix, 1.150.000F à débattre. Au Canada, on dit prix à discuter.

BANLIEUE

A CLICHY
8 RUE PASTEUR
590.000 F
SEJOUR + 2 CHAMBRES
+ TERRASSE
Venez vivre dans un petit immeuble en pierre de taille situé à deux pas du métro "Mairie de Clichy",
Venez profiter du soleil dans un appartement orienté plein Sud-Ouest : le living, les 2 chambres, et la cuisine donnent tous sur le balcon-terrasse par de larges porte-fenêtres.
Ce document n'est pas contractuel.
BUREAU DE VENTE SUR PLACE:
Ouvert tous les jours de 14 h à 19 h.
sauf Samedi et Dimanche.
739.19.15
RÉALISATION COFRAR S.A.
3 AV. ERLANGER 75016 PARIS
TÉL: 524.43.51

Figure 5.2. This display ad contains detailed information on location, price, facilities, and various advantages.

BEST COPY AVAILABLE

définitif: final, sûr; il n'y pas de négociations possibles. 200.000 francs, prix définitif.

donner sur: avoir accès sur; le balcon donne sur la plage. (Le balcon est situé en face de la plage.)

un F4: appartement ayant quatre pièces plus cuisine et salle de bain (F2, F3, etc.): F2 5^{e} ét., sol ss asc. loyer 2.000F + charges. Appartement de deux pièces au 5ème étage, plus sous-sol et ascenseur. On dit aussi T1, T2, etc.

face: en face de quelque chose, ayant vue sur quelque chose: apt. face à la mer. L'appartement donne sur la mer.

un immeuble: un bâtiment, un building: Imm nf. = Immeuble neuf (bâtiment qu'on vient de construire). Mon appartement se trouve dans cet immeuble blanc.

un living: de l'anglais "living room." Pièce de séjour. On dit aussi un salon ou une salle de séjour.

livraison: jour où l'on prend possession d'un appartement ou d'une maison: Livraison janvier 1986. Au Canada, on dit libre ou occupation. L'appartement sera libre le 3 janvier. Occupation le 3 janvier.

la location: action de louer quelque chose. Je voudrais louer cet appartement pour trois semaines. C'est une location de trois semaines.

un local: une pièce ou une partie d'un bâtiment. La cave est un local qui se trouve sous une maison. Les bureaux d'Air France se trouvent dans ces locaux.

une loggia: un balcon couvert.

mètre carré ou m^2: à peu près "square yard": Gd studio 60 m2, 2.700 F ch. comprises. Presque toutes les annonces indiquent la superficie (les dimensions) d'une maison ou d'un appartement en mètres carrés. Une pièce 9 X 12 pieds est 3 X 4 "yards" ou 12 "square yards," ce qui correspond à à peu près 12 mètres carrés.

LEXIQUE DES ABREVIATIONS

MIS A JOUR AU 1er MARS 1976

Ce lexique des abréviations est destiné :

1. **à respecter le lecteur, car une petite annonce ne doit pas prendre l'allure d'un rébus et doit permettre la lecture rapide du message ;**
2. **à sauvegarder la crédibilité du message, car un recours exagéré aux abréviations conduit à des ambiguïtés qui vont parfois jusqu'à encourager la publicité mensongère ;**
3. **à assurer l'efficacité de l'annonce, car plus une petite annonce donnera des informations précises, plus vite sera résolue la parfaite adéquation de l'offre à la demande.**

A

Ach	*Achète*
Adr.	*Adresser*
Anc.	*Ancien*
Appoint.	*Appointement*
Appt	*Appartement*
Ardt	*Arrondissement*
Asc.	*Ascenseur*

B

Balc.	*Balcon*
Banl.	*Banlieue.*
Bât.	*Bâtiment*
Bout.	*Boutique*
Burx	*Bureaux*

C

Cab. toil.	*Cabinet de toilette*
Candid.	*Candidature*
Ces. bail	*Cession bail*
Chbre	*Chambre*
Chbre de bne	*Chambre de bonne*
Chbre de serv.	*Chambre de service*
Ch. comp.	*Charges comprises*
Chf. cent.	*Chauffage central*
Cial	*Commercial*
Constr.	*Construction*
Cpt	*Comptant*
Créd.	*Crédit*
Cuis.	*Cuisine*

D

Dche	*Douche*
Dépend.	*Dépendance*

E

Ecr.	*Ecrire*
Emplact	*Emplacement*
Env	*Envoyer*
Et	*Etage*
Et. nf	*Etat neuf*
Exper.	*Expérience*

F

Fme	*Femme*

G

Gar.	*Garage*
Gd	*Grand*

H

Hme	*Homme*

I

Imm.	*Immeuble*
Indép.	*Indépendant*

J

Jard,	*Jardin*
J.F.	*Jeune fille*
J.H.	*Jeune homme*
Jrs	*Jours*

K

Kitchen	*Kitchenette*

L

Liv. dble	*Living double*
Locx	*Locaux*
Logt	*Logement*

M

Max.	*Maximum*
Mens.	*Mensuel*
Min.	*Minimum*
M°	*Métro*

P

Park.	*Parking*
Part.	*Particulier*
Pav.	*Pavillon*
P.	*Pièce*
Pierre de T.	*Pierre de taille*
Pl.	*Place*
Possib.	*Possibilité*
Pptaire	*Propriétaire*
Pplé	*Propriété*
(se) Prés.	*(se) Présenter*
Prét.	*Prétentions*
Princip.	*Principale*
Prof. lib.	*Professions libérales*
Prox.	*Proximité*
Pte	*Porte*
Px	*Prix*

R

R.d.C.	*Rez-de-chaussée*
Récept.	*Réception*
Rech.	*Recherche*
Réf.	*Référence*
Rte	*Route*
R.-V.	*Rendez-vous*

S

S. de bains	*Salle de bains*
S. à manger	*Salle à manger*
S. d'eau	*Salle d'eau*
Séj.	*Séjour*
Stand.	*Standing*
Sté	*Société*
Surf.	*Surface*

T

Tél.	*Téléphone*
t. o.	*Tout ouvrant*
Travx	*Travaux*
Tt cft	*Tout confort*

V

Vd	*Vend*
Vte	*Vente*

+ sigles usuels

Km, ha,
av., bd, r.
V.R.P. (Voyageurs Représentants Placiers)
• • •

Figure 5.3. Le Figaro published this helpful lexicon to help readers understand the classified housing ads.

une moquette: tapis couvrant généralement toute la surface d'une pièce. Au Canada, on dit tapis mur à mur.

un notaire: officier public qui s'occupe de la vente et de l'achat d'un logement. En ce qui concerne les achats et les ventes d'une maison, un notaire en France remplit les fonctions d'un avocat aux Etats-Unis.

à partir de mille francs: le prix le plus bas est mille francs. Plusieurs appartements à vendre, à partir de 650.000F. Autrement dit, les prix commencent à 650.000F.

park (abbréviation): un parking. Lieu où l'on stationne une voiture: Appt. 2P. 54 m2. 2 balcons, cave, park ss-sol. On peut se garer au parking qui se trouve au sous-sol.

une pièce: une partie d'un appartement ou d'une maison. La cuisine, la salle à manger et la salle de bain sont des pièces. On parle aussi d'un deux pièces qui est un appartement ayant deux pièces. Dans les annonces, on lit 2P, 5P, etc.

un pied-à-terre: un appartement qu'on emploie de temps en temps; généralement un petit logement dans une ville qui n'est pas la résidence principale. J'habite Dijon mais j'ai un pied-à-terre à Paris.

RER (Réseau Express Régional): train qui dessert la banlieue parisienne. Souvent mentionné dans les annonces pour indiquer qu'un logement est près d'une station RER.

salle d'eau: pièce où l'on se lave. Synonyme de salle de bain.

salle de séjour (s'écrit aussi séjour or séj): voir living.

salon: voir living.

séjour: voir living.

sous-sol (s'écrit aussi ss sol dans les annonces): partie d'une construction aménagée au-dessous du rez-de-chaussée. La différence entre la cave et le sous-sol est que le sous-sol est

aménagé et une cave ne l'est pas. Quand on pense à une cave on pense généralement à une partie du sous-sol consacrée au vin.

standing: de l'anglais "high standing," élégant, chic: Magnif. appart, 5P, ds très bel imm, grand stand. Le mot français standing ou grand standing se traduit par le mot deluxe employé en anglais. Donc, un appartement de grand standing se traduit par l'expression anglaise, "deluxe apartment."

sur (s'écrit aussi s/): Vue s/ parc; vue s/ Seine. Autrement dit, la maison décrite a une vue sur le parc ou sur la Seine.

sur place (s'écrit aussi s/place): Il faut aller visiter le logement; on ne peut pas téléphoner.

tennis: court de tennis. 2 tennis = deux courts de tennis.

tout confort (s'écrit aussi tt cft): ayant tout ce qui est nécessaire pour rendre un logement confortable; toutes les facilités: Beau 4P, tt cft 579-66-36.

urgent: le propriétaire aimerait vendre ou louer le logement aussi vite que possible.

The above lexicon should make it fairly easy to understand the following ad.

Paris 13^{e} Av. de Choisy, 7^{e} ét, Imm. 128m^{2} asc. 5P tt cft. grand stand., park. ss. sol 2 bs 3 chbres 3 500F + ch Tél 47-20-06-56

On the basis of this ad, students should be able to answer the following questions.

1. Où se trouve le logement? (arrondissement? étage?)
2. Quelle en est la surface?
3. Combien de pièces y a-t-il?
4. Où met-on sa voiture?
5. Quel est le loyer?
6. Quel est le numéro de téléphone?

After a trial run with this ad, students should be ready to answer general questions with want ads from French newspapers (see Fig. 5.4). The following

BEST COPY AVAILABLE

Figure 5.4. In these ads for a variety of houses and apartments, students can find answers to the general questions below.

general questions are intended to apply to a variety of houses and apartments, although not all the information sought is available from each ad. Students should be asked to answer just what they can from the ad or ads they choose:

1. Combine de pièces y a-t-il? Quelles sont ces pièces?

2. Combien y a-t-il de toilettes ou de salles de bain?

3. Où peut-on stationner sa voiture?

4. Quelle est la superficie du logement? (en m2? en "square yards"?)

5. Quels sont les prix mentionnés? loyer? charges? prix d'achat?

6. Où se trouve ce logement? (adresse? arrondissement? ville?)

7. Qu'est-ce qui le rend intéressant? (Quels en sont les avantages?)

8. A qui faut-il s'adresser?

9. Quel est le numéro de téléphone du propriétaire ou de l'agence?

10. Quand peut-on visiter les locaux?

11. Quand peut-on y emménager (date de livraison)?

Even the parody in Fig. 5.5 should be understood without too much difficulty. If students find it funny, you will know their comprehension is fine.

A good writing exercise to supplement the vocabulary development described here is to expand classified ads from their telegraphic style into coherent paragraphs.

The ads discussed so far have been taken from French newspapers and naturally reflect French cultural patterns. The housing ads in French-Canadian newspapers immediately reveal the strong influence of the North American culture. In comparing them, you may organize the vocabulary into three categories:

(a) same category, similar words (e.g., chambre or ch in France versus chambres à coucher or c c (or even c à c) in Canada,

(b) same concept, different vocabulary (e.g., where the French use the word moquette, the French-Canadian term used is tapis mur à mur, a direct translation of the English "wall-to-wall carpet"), and

(c) different concerns (e.g., French-Canadian ads for new apartments may advertise special financial arrangements such as "Hypothèques 9½ %, $2,000

L'immobilier

Appartements ventes

5e arrdt
Jardin des Glandes, métro SAINT-MARCEL, imm. moche, 12 ét. bruyant, sombre, 1 ch., 26 s. de bns, pas WC. 8 ter impasse du Rat, sam. dim. et fêtes 2 h-2 h 06.

6e arrdt
Métro RASPAIL. Imm. en ruine, vue sur chantier, pas de ch. ni de cuis. (mais jolis rideaux dans l'entrée), 3e sous-sol. Chaud et humide, assez sombre. 55 rue Boissonade, samedi aux heures de TV.

SEINE BEAUX-ARTS
Et. el., asc. pl. sch, 2 trx, 1 dble ros. cuis. sb. pas de tr. 75 m². 763.44.32

7e arrdt
CHAMP DE MARS. 13 490 m², imm. gris, pas de toit, 142 ch. GOURBI, 267.58.28

9e arrdt
Grands boulevards, 14,5 m², 5 p., 2 cuis., bains dans la cour, 18e ét. (asc. jusqu'au 5e) possib. élec. et tél. GOURBI, 267.58.28

12e arrdt
PRES MAIRIE 9 rue ELISA LEMONNIER, imm. de luxe en bois. *Libres :* 1 p. 600 m², 32,50 F TTC, 26 p. 35 m², 160 000 F, 3 p. 100 m², 3,25 £. *Occupé loi 48 :* 2 p. 47 m², dame seule, 2 francs belges. GENET 356.96.37.
Lun. 8 h à 9 h, 13 à 14 h, mer. 7 h 12 h. Jeu. 10 h-12 h. Vend. 3 h-6 h. Sam. dim. et fêtes 12 h-13 h.

14e arrdt
HAMEAU MONTSOURIS
2 et 3 pièces matelassées. Prêts conventionnés sur place dimanche de 20 h à l'aube. 2 rue d'Arcueil. Venez en couples

Me PORTE D'ORLEANS
Bel immeuble insalubre.
1. 3 pièces, entrée, sortie couloir, porte, chaise.
2. Studio, chambre, wc, s.d.b. au sous-sol. 10, rue Poirier de Narçay (angle 132 av. du Gl Leclerc), sam. dim. 14 h à 17 h.

15e arrdt
14, R. FIRMIN GILLOT
Sam. 14 h-16 h. petit 4 p. jardin, balançoire, corde à nœud (à rénover) 750 000 F (cash).

16e arrdt
Me PORTE SAINT-CLOUD
Imm. XIVe siècle, très malsain, humide, tout à l'égout, wc à installer, 3 s. de bains, vue imprenable. 175, bd Murat. Dim. lundi 14 h - 17 h

17e arrdt
R. Saint-Ferdinand, 20e étage avec escalier, immeuble non terminé, ventilation, vue de tous les côtés, 950 000 FF. Tél. : 577.96.85

MONCEAU 5 PCES
Grand imm., grand standing, gd couloir, gde entrée, gdes ch., gde réception, 4 ascenseurs, 3 escaliers de service. 2 400 000 F. 567.68.78

TERNES VERDURE
23 m², div. lux. grand. 703.33.31

18e arrdt
RESIDENTIEL. Rue du Square Carpeaux, gd octoplex ds immeuble 4 étages, entrée sur 3 niv., séj. devant vous, wc au milieu du couloir à g., sdb derrière, cuis. au dessous cave, à drte ch. de bonne. 1 700 000 F (asc. + 3 000 F). Immo Marcadet 252.00.82

R. HERMEL
3 p., cuis., wc, bains, chf, cal, gaz, tgél, élec, lavabos, fenêtres, portes, verrous, bel, imm. pierre de petite taille. Px 350 000 F. 255.64.58.

Propriétés

ALPILLES - PROVENCE
Mas 8e siècle, non restauré, mur d'enceinte, pont levis, fosse aux lions. Pièges ds ttes les pièces, oubliettes et wc au fond du couloir, terrain 14 m². Tél. : (75) 01.33.66.

Viagers

Etude LOBEL. Bd Voltaire Paris XIe. Tél. 356.51.38. Spécialiste viagers, meurtres, disparitions, fbles taux, discrétion, conseils.

Figure 5.5. If students find this parody funny, you will know their comprehension is fine.

comptant, balance 3 ans." The French leave these financial considerations to banks. On the other hand, the French almost always mention square meter dimensions, generally ignored in Canadian ads except for new houses or condominiums. Other differences in vocabulary include the following:

frais de condo or frais de maintien: maintenance charges for a condominium, generally expressed in France by the term charges.

hypothèque: mortgage; established in France by banks and not by developers.

libre: used to denote when lodgings will be free or when they can be occupied. Canadian ads also use the term occupation immédiate. The French use the term livraison or livrable.

maison de ville: word for word, "town house." This term has definite cultural implications. A European town house is a large, stately home within a city. In Europe, most desirable housing is in a city, while suburbs often contain less expensive lodgings.

pied: as in à 200 pieds du métro. The metric system may be official in Canada, but feet, yards, and inches are still very much in use.

pieds carrés: Canadian surface dimensions, when given, are most often expressed in pieds carrés.

près écoles: more of a concern in North America than in France. This type of statement is not found in French ads; près métro remarks, however, are pertinent in both cultures.

salle familiale: the North American family room, again, word for word.

1 salle de bain: in the North American culture, a full bathroom plus a "powder room." In France, most homes have the same, at least one full bathroom and a "powder room" known as a W.C. When French ads mention 2½bs, they generally mean two full bathrooms in addition to the traditional W.C., which is never advertised. Some newer French homes do have both the bathing and toilet facilities in the same room but also include a separate W.C.

(133) À LOUER ÎLE DE MONTRÉAL

AHUNTSIC grand 5½, rez-de-chaussée triplex, chauffage électrique, repeint, $550, 861-8008.

AHUNTSIC ouest, 3½, 1½, moderne, béton, propre, calme, 336-4175.

AHUNTSIC Berri métro Henri-Bourassa, 7 pièces, $460, entrée laveuse sécheuse, libre 1er avril. 382-9013 entre 9h-19h.

AHUNTSIC Christophe-Colomb coin Fleury, 4½, bas, avec cour, 1er juillet, $285, entre 9h-19h 733-3995, 382-9013.

AHUNTSIC 1½, 2½, 3½, 4½, $210 à $365. 389-4403 ou 337-7976.

AHUNTSIC 3½ neuf $325, $375, pas chauffé, 620-2057 entre 9h et 5h.

AHUNTSIC
3 pièces demi sous-sol, tapis, poêle, réfrigérateur, occupation immédiate ou plus tard. $260. Nicole: 382-5511

AHUNTSIC 4½, 3½, 2½, 1½, 9980 Papineau, Sauriol. 382-6806, 389-0357

AHUNTSIC 4½ chauffé, métro, magasins, tranquille, 1er juillet, $350, 655-3799

AHUNTSIC
5½ salle de jeu et foyer, occupation immédiate ou plus tard. $650. Nicole: 382-5511

AHUNTSIC 9669, Millen, 1er étage, 6½, garage double 327-5576.

AHUNTSIC, app 4½ non chauffé, eau chaude, 382-3776, 382-3105.

AHUNTSIC, bas grand 6½, sous-sol fini avec 2 chambres, garage et cour, libre juillet, 10151 Georges Baril, 1-227-3429 soir.

AHUNTSIC, duplex, 330$, 3½ 250$. Loge info, 495-2458 (frais)

AHUNTSIC, grand 3½ fermé, ensoleillé, libre 1er mai. 389-2210

AHUNTSIC, grand 4½, block tranquille, eau chaude, 252-8126.

AHUNTSIC, haut de duplex, 8 pièces, rénové, tranquille, 1800 pi car, ensoleillé, $700 par mois, références exigées. 1er juillet. 10,806 St-Denis. 522-2233 ou 381-6339.

(133) À LOUER ÎLE DE MONTRÉAL

ANJOU: entre Versailles, Galeries, sous-sol, 3½ chauffé, électricité, taxes d'eau, poêle, réfrigérateur, $310. 353-2361.

ANJOU: 3½, demi sous-sol, chauffage & eau chaude, pièces fermées, très clair, $290. 721-4539

ANJOU: 3½, libre, chauffé, poêle, réfrigérateur, piscine, 323-3156 après 6h.

ANJOU: 4½, 3½, 2½, 1½, chauffés, équipés, taxes payées, piscine. 351-8987, 352-6540.

ANJOU: 5½ bas de duplex avec cour, (pas de sous-sol ni garage) chauffage électrique, libre 1er mai, $500/mois. 352-8834

APP. 3½ rue Beaudry, entrée laveuse-sécheuse, libre 1er mai. 521-5127

APP. 4 pièces, libre mai ou juillet, chauffé, 277-7928 soir.

APPARTEMENT avec foyer, split level climatisé, tapis mur à mur, équipé, sauna, piscine extérieure, taxe d'eau et eau chaude payées, près métro Angrignon, 364-2482

APPARTEMENTS LUXUEUX
OUTREMONT
Edifice sécuritaire, chauffé, piscine intérieure, sauna, ascenseur.
277-5873

APPARTEMENTS RENOVES
5630 De Salaberry, 3½, 4½, occupation 1er mai. 849-1291

APPS. BOHN N.D.G.
2385 Avenue Madison
1½,2½, 3½ modernes, électricité incluses, occupation immédiate ou plus tard.
Administré par
ALOD INTERNATIONAL INC.
488-7084

AU BORD DE L'EAU, 4650 boul. Lasalle. Immeuble luxueux près métro, 3½, 4½, chauffés, 766-2546

(133) À LOUER ÎLE DE MONTRÉAL

BOUL ST-MICHEL et Laurier, 4½, électrique, 3e, $335, juillet, 523-8052

BOUL. GOUIN est, 4 pièces, entrée laveuse sécheuse, 2e, avec garage. Libre 1er juin. 648-3456.

BOUL. PIE-IX, 3½, chauffés, eau chaude, 728-4016, 648-2612.

BOUL. Rosemont, 1½, 3½ propre, tranquille, 277-2486; 274-9663

BOUL. St-Laurent coin St-Zotique, 1½ tout fourni, $200. 274-0466.

BOUL. St-Laurent coin St-Zotique, 2½ nouvellement redécoré, $285. 274-0466.

BOUL. ST-JOSEPH E., 4½ chauffé, métro, mai-juin, $475, 522-8497

BOUL. ST-JOSEPH, grand 8½ chauffé, boiserie, garage, terrasse, libre, $1100. 337-4200 et 288-3678.

BOUL. ST-JOSEPH près St-André, 5½, chauffé, libre. $520/mois. 527-2487, 279-0623.

BOUL. ST-JOSEPH ouest, 203, grand 4½, demi-sous-sol, chauffage électrique, poêle, réfrigérateur neufs, tapis, $450 par mois, libre immédiatement, 527-2301.

BOUL. ST-JOSEPH Pie IX, 4½ fermées, entrée laveuse sécheuse, chauffage électrique, libre, 1er 2e $300, semi sous-sol $275, 256-4981.

BOUL. ST-LAURENT 6242, 5½ pièces, $325, 274-0466.

BOUL.L'ACADIE, 8325, 8415, 8495, centre Rockland. 1½, 2½, 3½, 4½. Voir concierge ou 849-7061.

BUNGALOW, métro Viau, 5½, $595. 1er juillet. 254-1688.

C.COLOMB/VILLERAY, 1½ meublé, $60-$67. semaine, mois 272-1686

C.D.N. espace chauffé, 30x30, sous-sol maison apps. salle bain, $225, 282-1223.

C.D.N. métro Plamondon, 2½, 3½, 4½, 5½, 277-8666 ou 738-0388.

C.D.N. Edouard Montpetit 3305, 1½, 2½ à louer, poêle, réfrigérateur fournis. Libre 1er mai. Concierge. 739-9976, 735-2559.

Figure 5.6. These Canadian housing ads can be used to answer the general questions and for comparison with ads from France.

BEST COPY AVAILABLE

sous-sol fini: a finished basement. In France the term sous-sol aménagé is close. Canadian ads often abbreviate sous-sol as s/sol, but the French use the initial s/ only to indicate sur, as in Châlons s/Seine.

toit cathédrale: only in North America is there mention of a cathedral ceiling.

taxes basses: In North America, taxes vary according to size of dwelling and the socioeconomic level of a community; citizens "pay" for good schools. In France, people are taxed according to the value of their property. Since public education is nationalized and schools follow a standard curriculum, schools in one area are not necessarily better than those in another. However, the composition of a community could certainly influence the type of teaching that takes place.

tourbillon or bain tourbillon: French ads do not mention whirlpools; nor do they mention saunas. They are used in French-Canadian ads as a selling point for condominiums.

vivoir: sometimes used in Canada as a synonym for salon, which is seen more frequently.

Canadian ads (see Fig. 5.6) can also be used to answer the general questions suggested earlier. Students may wish to compare French and Canadian ads and draw their own conclusions.

Chapter 6
The Financial Pages

Students at the intermediate and advanced levels of French can learn about the French business world by examining the financial pages of various newspapers and magazines. Not only do newspapers contain charts of several stock markets, but they also include reports of activities in various markets throughout the world, including that of Wall Street. These pages should give students the chance to review numbers, learn some important industrial names and read simple ads and articles pertaining to profits, losses, dividends, stock offerings, and other information of interest to the general public.

One of the simpler exercises is to ask students to use the newspaper charts to give the opening and closing prices of several listings and to ask them to calculate the gain or perte at the clôture, the "final bell." In other cases, a series of general questions can be asked about articles of market activity or ads for stock offerings.

The differences between French and American punctuation should be pointed out. In contrast to the American 10.2% and 1,264.35, the French write 10,2% and 1 265,35.

Some of the more frequently used stock market terms include the following:

accuser: signaler réception, donner avis qu'on a reçu quelque chose. J'accuse réception de votre chèque. L'indice des industrielles a accusé un modeste repli de 4,31 points.

une action: titre qui représente une fraction du capital d'une société. Il a acheté 30 actions de la société General Motors.

la bourse: réunion périodique de personnes qui s'assemblent pour conclure des opérations sur les valeurs mobilières ou sur des marchandises; lieu où elles se réunissent (stock market). La

bourse de Wall Street est sans doute la plus connue du monde.

un bénéfice: argent gagné. Exxon a annoncé un bénéfice de 1,42 milliard de dollars.

le billet vert: le dollar. Le billet vert a enregistré une petite baisse.

la clôture (≠ l'ouverture): la fermeture, le moment où l'on ferme le marché. La clôture de la bourse à Wall Street a lieu à 3h. On dit aussi clôturer: La bourse a clôturé avec des gains.

la cote: valeur des titres. La cote a terminé en repli (en baisse). La hausse de Wall Street en liaison avec le repli (la chute) de la monnaie américaine pourrait avoir une influence heureuse sur la cote française.

coter: Indiquer le cours d'une valeur. Le dollar a coté 9,99F contre 10,059F la veille.

un coupon: papier qu'on remet (donne) contre paiement d'un dividende.

le cours: prix auquel sont négociées les valeurs. Il y a eu une chute des cours à Wall Street où l'indice des industrielles a perdu 5,98 points.

détenir: posséder. Ce monsieur détient 100 titres de Peugeot. Il possède 100 actions. Celui qui détient des titres est un détenteur.

la devise: valeur étrangère négociable dans un pays. En France, le dollar, le yen et la livre sterling sont des devises. Le dollar est la devise américaine.

un dividende: argent donné par une entreprise à tous ceux qui détiennent des titres (qui ont des actions). Proctor et Gamble a annoncé un dividende de 85 cents.

un effritement: une perte, une baisse. Malgré un effritement du dollar les valeurs sont restées inchangées à la clôture. Le dollar s'est effrité.

une entreprise: une compagnie, une société. Peugeot est une très grande entreprise.

enregistrer: inscrire sur un registre public. Le Dow-Jones a enregistré un nouveau record historique à la bourse de Tokyo. Le dollar a enregistré sa plus forte chute depuis 14 ans et l'or ses meilleurs gains depuis plus de dix ans.

une filiale: société controlée et dirigée par la société mère. Esso France est une filiale d'Exxon, grosse entreprise américaine.

la flambée: montée, explosion d'une action. La flambée du dollar aide les touristes mais non pas les exportateurs américains.

une hausse (≠une baisse): augmentation de prix ou de valeur. Il y a eu hier une légère hausse des cours à la Bourse de Paris. Le dollar a enregistré une hausse de 12%. Souvent quand il y a une hausse du dollar il y a une baisse de l'or. On dit aussi être en hausse. L'indice des valeurs a clôturé en hausse.

un indice: nombre qui sert à exprimer un rapport. A Wall Street l'indice Dow-Jones a battu un nouveau record.

investir: placer des capitaux dans une entreprise. un investisseur: celui qui place ces capitaux, qui fait un investissement. J'ai investi $500 dans la compagnie Xerox.

le métal fin: l'or. Hier il y a eu une chute du billet vert et une hausse du métal fin.

un relèvement: action de hausser, de monter. Il y aura un relèvement du prochain dividende de 3 à 8 francs. Une majoration.

se replier: tomber, être en baisse. Les valeurs françaises se sont repliées; elles ont baissé. elles ont chuté. General Motors a chuté de 3 à 73¼. Philip Morris a perdu 2 à 90¼. IBM est tombé de 1½ à 129 .

un repli (≠une avance): une chute, un recul, une baisse. Le replis du dollar a causé une petite panique. La cote a terminé en repli.

le taux du change: prix d'une monnaie étrangère. Voici le taux du marché monétaire; le dollar vaut 10 francs.

une valeur: un titre, une action. L'actionnaire a vendu 500 valeurs à la bourse.

Many of the vocabulary items appear with a great deal of regularity in the financial pages. The following excerpts show how the lexicon is used in context:

> La tendance s'est affaiblie mercredi à Wall Street dans un marché moins actif que la veille. L'indice préliminaire des industrielles s'est établi à 1 264,35 en baisse de 6,73 points. Quelque 107 millions d'actions ont été échangées. Le nombre des baisses a dépassé celui des hausses: 841 contre 691. 461 titres ont été inchangés. Selon les analystes, la bourse s'est stabilisée par sympathie avec les marchés monétaires après frénésie de la veille lorsque le dollar a enregistré sa plus forte chute depuis quatorze ans et l'or ses meilleurs gains depuis plus de dix ans. . . . Les valeurs les plus activement traitées sont les suivantes: 1 389 000 General Motors, 73⅞, baisse 2⅞; . . . American Express, 42⅞, hausse ¾.[1]

The following excerpt also makes use of several of the vocabulary items:

> Le groupe Gulf Oil vient de céder au principal actionnaire Exxon sa participation de 18,35% dans le capital d'Esso SAF. La participation d'Exxon dans sa filiale française passe ainsi à plus de 81%, le solde étant détenu par le public. . . . Parmi les valeurs les plus en vue du marché au comptant, figurent encore Piper Hiedesieck aprés l'annonce récente d'excellentes perspectives et du relèvement du prochain dividende de 3 à 8 F.[2]

In addition to the articles in the financial pages, the stock market charts that are published in most French newspapers are particularly useful for a variety of exercises. Cummins (1982) provides a good description of the Bourse de Paris. The following terms explain the main headings of a financial chart:

---

[1] "Wall Street," Le Figaro, March 25, 1985
[2] "Instantanés," Le Figaro, October 2, 1979

le marché à réglement mensuel: all the stocks in this listing must be purchased within a fixed period. The due date is listed as le jour de liquidation or la date de liquidation.

comptant, le marché au comptant: stocks in this listing must be paid for in full at the time of purchase.

obligations et bonds: bond market.

hors cote: over-the-counter market.

changes: foreign monies.

SICAV (Sociétés d'Investissement à Capital Variable): similar to American mutual funds.

or: gold market.

REGLEMENT MENSUEL

Taux de reports : 10 3/8 %. Liquidation au 21 mars.

Comp.	VALEURS	Préc.	Prem.	Dern.	% Var.
	Empt. Etat 4,5% 73	1660	1690	1695	+2,10
4075	Cse Energie 3%	3980	3960	3970	-0,25
1430	Elect.(CGE)mai 83	1452	1460	1465	+0,89
1038	Renault oct 83	1022	1034	1034	+1,17
1615	Rhone Poulenc 83	1641	1650	1650	+0,54
1239	Saint Gobain mai83	1225	1235	1235	+0,81
1209	Thomson S.A.juil83	1230	1235	1235	+0,40
255	ACCOR	278	278	278	+0
635	Agence Havas.....	575	571	571	-0,69
625	Air Liquide.....	614	616	620	+0,97
790	Als.Supermarc.(Ny)	770	770	770	+0
104	A.L.S.P.I.	120,10	121	121,50	+1,16
225	Alsthom Atlantique	260	262	261	+0,38
200	Application Gaz	185	184	184	-0,54
890	Arjomari.....	1026	1020	1028	+0,19
865	Auxil. Entreprises	851	850	851	+0
1080	Avions Dassault	1155	1160	1155	+0
295	Bail Equipement	281	280	281	+0
695	Bail Investiss.	685	689	689	+0,58
595	Bancaire (Cie).....	582	590	590	+1,37
187	Bazar Hotel Ville.....	219	222	222	+1,36
290	Beghin Say	295	295	297	+0,67
285	Berger (M).....	320	320	320	+0
570	Bic	545	547	548	+0,55
330	B.I.S.	327	324	324	-0,91

Figure 6.1. Renault, Thomson, Beghin Say, and Bic are among the best known companies that participate in the Paris Bourse.

Most French daily newspapers publish stock market quotations on the Bourse de Paris as well as other important stock markets throughout the world. The financial pages of Le Figaro and Le Monde are quite detailed in their coverage of daily activities. Figure 6.1 (p. 61) shows an excerpt from the Marché à Règlement Mensuel taken from Le Figaro.[3] It includes preceding quotations (préc.) and the first and last quotations of the day (prem., dern.). It also includes the gains or losses in percentage points. This excerpt is ideal for asking basic questions about names and numbers. There is also a specialized daily, La Tribune de l'Economie, that devotes most of its pages to economics and finance. Its stock market pages include a detailed chart of the market as well as a special section on how to read and understand it (see Fig. 6.2). Questions can be formulated about daily activity as well as dividends, expiration dates, values, and so on. In Figure 6.3 (p. 64), for instance, it is evident that the company Air Liquide paid a dividend of 19F50 on June 18, 1984, and other information appears about the present and past history of its stock.

Following are some general questions concerning the financial pages of French newspapers based on the charts:

1. Au marché à terme, quelle est la cote d'ouverture de Michelin (Peugeot, Eastman Kodak, Hachette)? Quelle était la cote de clôture de Bic?

2. Quelle est la date de liquidation?

3. Quel est le pourcentage de variation des Galeries Lafayette?

4. Quels sont le premier et dernier cours d'American Express?

5. A la rubrique Changes, quel est le cours du dollar par rapport au franc français? (Le cours de la livre sterling?)

From various articles:

1. A la Bourse de Paris, combien de valeurs (actions, titres) ont été traitées?

---

[3] Le Figaro, March 21, 1985

Comment lire la cote

Pour chaque valeur, les renseignements sont regroupés sur 4 lignes en 4 colonnes :

1re colonne : Cours extrêmes de l'année (plus haut suivi du plus bas) depuis le 2-1-85 ; cours de compensation « C » ; report « R » (B = bonus).

2e colonne : Nombre de titres admis. (Pour les valeurs étrangères Bayer, Deutsche Bank, Hitachi, Matsushita, Merck, Philips, Royal Dutch et Siemens, les titres admis sont exprimés en milliers de titres) ; transactions (de la veille suivies de celles de l'avant-veille) ; quotité de négociation.

3e colonne : Nom de la valeur accompagné de son code de négociation, de son secteur d'activité « S », (sauf pour les valeurs étrangères pour lesquelles la Chambre Syndicale ne fournit pas ce renseignement), de son nominal « N ». Sur la 3e ligne, sont mentionnés les coupons détachés (dividendes avoir fiscal compris avec leur date de détachement et le numéro de coupon ; droits : DA = droit d'attribution ; DS = droit de souscription ; DR = droit de répartition ; DO = droit d'option). A noter que pour les sociétés payant des acomptes et des soldes, le montant total en francs des coupons de l'exercice précédent est mentionné entre parenthèses. Enfin, sur la 4e ligne, le cours précédent ; pour les valeurs étrangères les deux cours qui suivent le mot « précéd. » sont les derniers cours de la première et de la deuxième séance de la veille.

4e colonne : 1re ligne : Cours du jour (premier cours, et s'il y a lieu, extrêmes et dernier) ; sur les trois autres lignes, primes traitées sur les 3 échéances.

Cas particuliers : le signe ● signifie qu'un événement social a pu entraîner un changement dans les cours extrêmes. Le signe ♦ signifie que le nombre de titres a changé depuis le début de l'année. Le signe ◊ signifie que le titre est non dématérialisable.

Réponse des primes : vendredi 19 avril 1985.
Liquidation : lundi 22 avril 1985.
Reports : mardi 23 avril 1985.
Taux de l'argent (mars 1985) : 11 3/8 %.

Figure 6.2. This section of Le Tribune de l'Economie explains how to read its detailed stock market chart.

BOURSE DE PARIS

+ HAUT + BAS Comp. Reports	TITRES ADMIS Transactions Quotités	NOM DE LA VALEUR Code ; Secteur ; Nominal Divid. (date et montant) ; Précédent	COURS ET PRIMES DU JOUR Echéances : A = Avril — M = Mai — J = Juin
		VALEURS FRANCAISES	
1775		**♦ EMPRUNT 4 1/2 % 73**	**liq. 1750 1753 1750**
1626	29-03 : 4636	Code 31800 N. 100 F	A 1770/40 1790/20
1660 C	28-03 : 4707	1-6-84 : 0,04 1/2 %	M 1790-1800/40
17,742 R	par 5	Précédent : 1775	J 1825/40
4200		**♦ CAISSE NLE ENERGIE 3 %**	**liq. 4145 4143 4145**
4025	29-03 :	Code 155896 N 100 F	
3970 C	28-03 :	1-6-84 c 36 : 101,88 F	M 4210/80 4240/40
202,43 R	par 5	Précédent : 4155	J 4240/80 4280/40
1490	2 100 000♦	**ELECT. 8,50 % SEPT. 83**	**liq. 1465**
1430	29-03 : 463	Code 14000, S 72 N 1000 F	
1468 C	28-03 : 1034	10-10-84 c 1 : 94,71 F	
15,69 R	par 10	Précédent : 1469	
1085	2 000 000	**RENAULT 9 % OCT. 83**	**liq. 1053**
1000	29-03 : 1275	Code 14001, S 41 N 1000 F	
1038 C	28-03 : 813	24-10-84 c 1 : 90,93 F	
11,1 R	par 10	Précédent : 1049	
1690		**R.POULENC 10 % JUIN 83**	**liq. 1655**
1500	29-03 : 40	Code 14002, S 14 N 1000 F	
1650 C	28-03 : 61	1-10-84 c 2 : 103,09 F	
Par	par 10	Précédent : 1655	
1270		**SAINT-GOBAIN MAI 83**	**liq. 1245**
1213	29-03 : 32	Code 14003, S 14 N 1000 F	
1235 C	28-03 : 43	16-7-84 c 2 : 72,57 F	
13,2 R	par 10	Précédent : 1245	
1249		**THOMSON JUILLET 83**	**liq. 1235**
1200	29-03 :	Code 14004, S 32 N 1000 F	
1237 C	28-03 : 220	1-8-84 c 1 : 141,31 F	
13,23 R	par 10	Précédent : 1247	
287	6 902 187♦	**ACCOR**	**liq. 285**
235,20	29-03 : 8954	Code 12040, S 74 N 100 F	A 291,50/10 294,90-295/5
280 C	28-03 : 18570	20-8-84 c 23 : 6,30 F	M 309/10 318/5
Par	par 25	Précédent : 285	
720	2 188 372	**AGENCE HAVAS**	**liq. 565**
565	29-03 : 1482	Code 12104, S 73 N 100 F	
565 C	28-03 : 1675	31-7-84 Nf : 19,50 F DS	
6,04 R	par 5	Précédent : 570	
649	25 616 892	**AIR LIQUIDE**	**liq. 649**
552	29-03 : 9319	Code 12007, S 14 N 70 F	A 655/10
620 C	28-03 : 10728	18-6-84 : 19,50 F DA 76	M 662/10
6,63 R	par 5	Précédent : 639	
845	470 012♦	**ALSAC. SUPER. (Ny)**	**liq. 770**
688	29-03 : 165	Code 12430, S 72 N 100 F	
775 C	28-03 : 126	19-6-84 : 30 F DS 13	
8,29 R	par 10	Précédent : 770	

Figure 6.3. This figure shows, among other things, that Air Liquide paid a dividend of 19,50F on June 18, 1984.

2. A la bourse de New York (Wall Street), combien de valeurs ont été traitées? Combien y avait-il de hausses? de baisses? d'inchangées?

3. A Wall Street, quelles étaient les valeurs le plus activement traitées? En clôture, quel était l'indice des industrielles?

4. Quelles compagnies ont annoncé un dividende? Quel est le montant (la somme) de chaque dividende indiqué?

5. Quelles compagnies ont annoncé un bénéfice? Quel est le montant de chaque bénéfice trouvé?

The answers to these questions can be found in the financial pages of most French newspapers; the article excerpts and charts in this chapter are an excellent starting point.

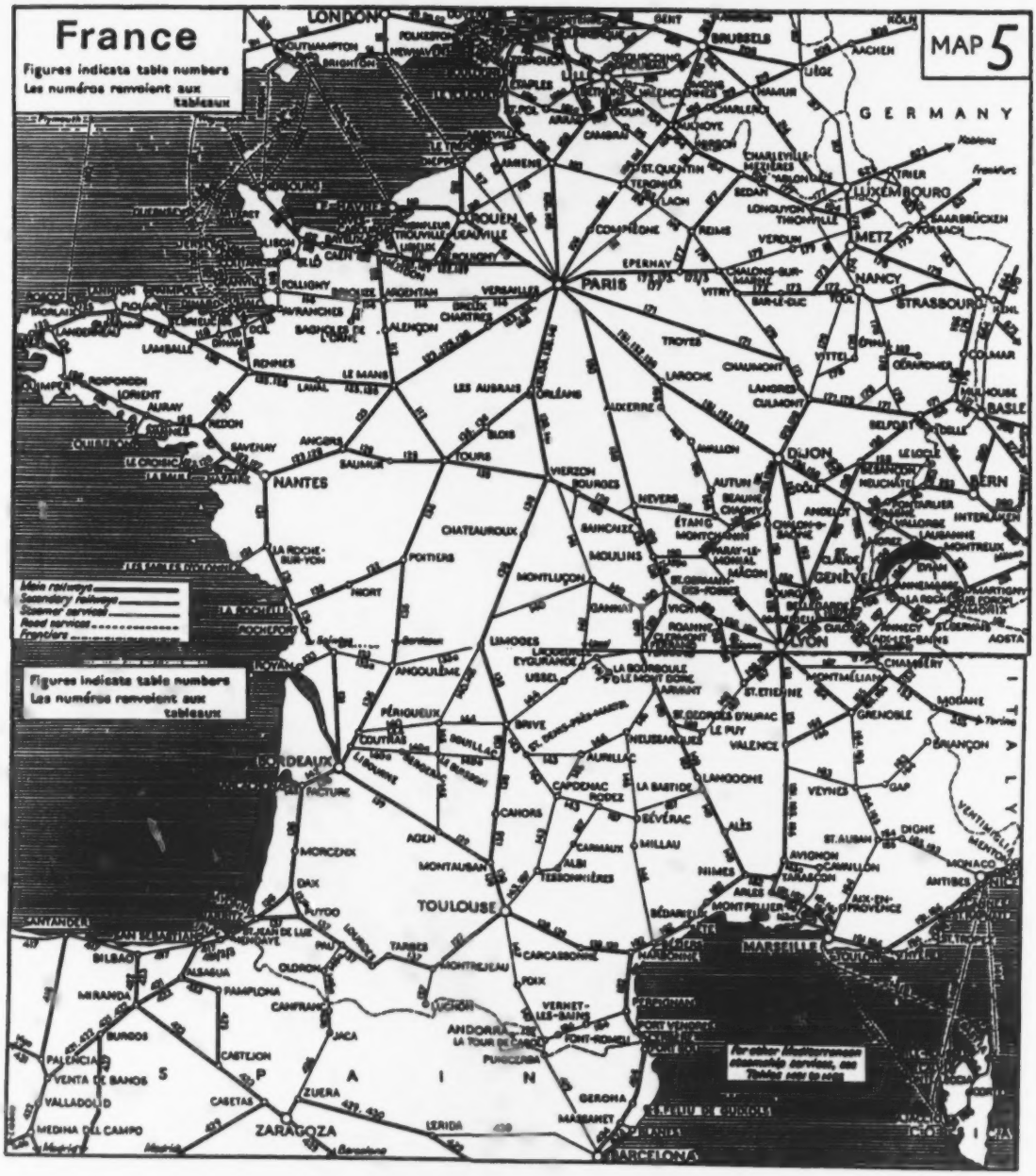


Figure 7.1. The International Timetable map of France shows every city and town served by train as well as all the rail lines.

BEST COPY AVAILABLE

Chapter 7
The Thomas Cook International Timetable

Each month the Thomas Cook Company, a well-known international travel agency, publishes The International Timetable, a two-volume storehouse of information with schedules and maps of train and ferry service throughout the world. The first volume, The Continental Timetable, gives train and shipping schedules for Great Britain and Europe. The Overseas Timetable provides schedules for the rest of the world. The schedules and maps are keyed to one another for ease in planning trips and determining distances between places. French teachers will find these texts useful for information about France and Francophone countries all over the world. Travel agencies generally subscribe to the publication, receiving an update every month, but language teachers can make excellent use of outdated issues, which may be requested from local travel agencies.

Despite being out of date, any issue is a valuable resource for names, locations, distances, and travel times, as well as useful addresses. The timetables include maps of all countries that have rail service. The main map of France is printed on two facing pages and includes every city and town served by train as well as all the rail lines (see Fig. 7.1). Ninety-five separate schedules are listed for France, whose rail system is probably the best developed in the world. In contrast, there are 49 schedules for the United States, including Alaska, and 112 for the entire continent of Africa.

These timetables are an excellent way to introduce geography, to encourage practice with numbers, and to reinforce the 24-hour system of telling time. When teaching the various symbols that are used to indicate sleeping cars, restaurants, and so on (see Fig. 7.2, p. 68), you can ask literally dozens of questions at an early stage. A recent guide is also indispensable for encouraging class participation in planning a group excursion abroad.

One suggestion for using this guide is to plan a rail trip between two French cities. For example,

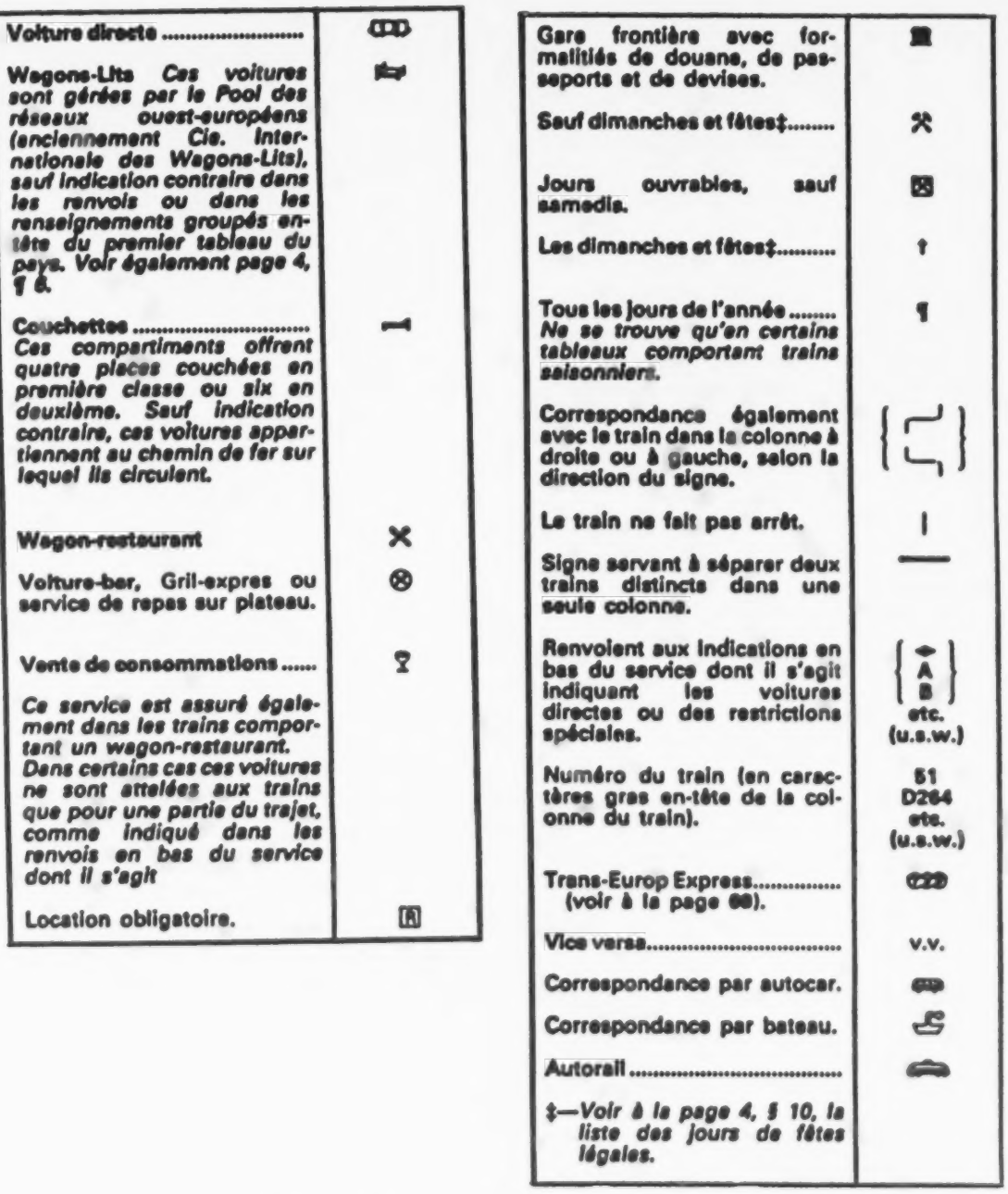

Voiture directe .....
Wagons-Lits Ces voitures sont gérées par le Pool des réseaux ouest-européens (anciennement Cie. Internationale des Wagons-Lits), sauf indication contraire dans les renvois ou dans les renseignements groupés en-tête du premier tableau du pays. Voir également page 4, ¶ 8.
Couchettes .....
Ces compartiments offrent quatre places couchées en première classe ou six en deuxième. Sauf indication contraire, ces voitures appartiennent au chemin de fer sur lequel ils circulent.
Wagon-restaurant
Voiture-bar, Gril-express ou service de repas sur plateau.
Vente de consommations .....
Ce service est assuré également dans les trains comportant un wagon-restaurant. Dans certains cas ces voitures ne sont attelées aux trains que pour une partie du trajet, comme indiqué dans les renvois en bas du service dont il s'agit
Location obligatoire.
Gare frontière avec formalités de douane, de passeports et de devises.
Sauf dimanches et fêtes‡.....
Jours ouvrables, sauf samedis.
Les dimanches et fêtes‡.....
Tous les jours de l'année .....
Ne se trouve qu'en certains tableaux comportant trains saisonniers.
Correspondance également avec le train dans la colonne à droite ou à gauche, selon la direction du signe.
Le train ne fait pas arrêt.
Signe servant à séparer deux trains distincts dans une seule colonne.
Renvoient aux indications en bas du service dont il s'agit indiquant les voitures directes ou des restrictions spéciales.
A
B
etc.
(u.s.w.)
Numéro du train (en caractères gras en-tête de la colonne du train).
51
D264
etc.
(u.s.w.)
Trans-Europ Express.....
(voir à la page 66).
Vice versa.....
v.v.
Correspondance par autocar.
Correspondance par bateau.
Autorail .....
‡—Voir à la page 4, § 10, la liste des jours de fêtes légales.

Figure 7.2. When teaching symbols for sleeping cars, restaurants, and so on, you can ask many questions at an early stage.

if you were planning a trip between Paris and Angers, you would start by locating Paris and Angers on the timetable map. The direct rail line between the two cities has the number 123 written above it. (Heavily traveled routes have several numbers.) Chart 123 refers to a train that runs between Paris and Le Croisic (see Fig. 7.3, p. 70). The information on it includes the following:

1. Distance, in kilometers, to all cities.
2. The identification number of each train.
3. Departure and arrival times.
4. The types of trains (Trans-Europe Express, express, first class).
5. Services (food, bar, snack, couchettes).
6. Changes (les correspondances).
7. Extra costs.
8. Days and dates of service and nonservice.

The chart prompts the following questions:

1. Quel est le kilomètrage entre Paris et Angers?

2. Quel train quitte Paris pour Angers le plus tôt dans la journée?

3. A quelle heure part le dernier train d'Angers à Paris?

4. Combien de trains par jour y a-t-il entre Paris et Angers?

5. Généralement pendant combien de temps le train s'arrête-t-il à Angers?

6. Quels sont les arrêts juste avant et après Angers?

7. Quel est le train le plus rapide entre Paris et Angers?

8. Normalement, quelle est la durée du voyage entre Paris et Angers (combien de temps faut-il pour faire ce voyage)?

Most trains are described under "notes" on each schedule. The symbols referring to berths, dining cars, bar cars, and so on are explained in four languages at the front of the book and yield vocabulary items such as couchettes, wagon-restaurant, voiture-bar, and jours ouvrables.

Table 123 — PARIS - NANTES - LE CROISIC

French Rlys. (Ouest) (349, 380)

Km		3435 Exp 1 2	151 Rap 1284	3751 Exp 1 2	3787 Exp 1 2	3787 Exp 1 2 §	3887 Exp 1 2	3843 Exp 1 2	3759 Rap 1 2 §	3457 Exp 1 2	3763 Exp 1 2 §	6743 ⇔ 1 2	145 Rap 1284	155 Rap 1284	3748 Exp 1 2	157 Rap 1284	159 Rap 1284	3767 Exp 1 2 §	3772 Exp 1 2	3768 Exp 1 2	3769 Exp 1 2	3777 Exp 1 2
			◆ ✕ §		◆	◆	◆	◆	✕	Sats.	◆		◆	◆ §	◆ ▼ ✕ §		◆	◆	◆	◆	◆	◆
0	Paris (Montparnasse) ..dep.	7 13	6 46	7 00	7 38	8 33	9 03	9 12	11 12	12 57	13 48	..	16 44	17 00	17 20	18 23	18 29	19 19	20 41	22 00	23 10	23 31
17	Versailles (Ch.) 125, 126 dep.	7 26				8 49	9 18	9 27		13 11												
88	Chartres 125, 126 .....dep.	8 04					10 00	10 07	12 01	13 49										22 57	0 16	
149	Nogent le Rotrou .....dep.	8 47								14 32										23 32		
211	Le Mans 125, 126 ... {arr.	9 30	8 27	8 44	9 49	10 20	11 02	11 12	13 00	15 12	15 34	..	18 23	18 40	19 06		20 13	21 05	22 32	0 08	1 25	1 56
	dep.		8 28	8 39	9 54	10 27	11 10	11 20	13 01		15 41	16 59	18 30	18 47	19 13		20 20	21 12	22 39	0 17	1 32	2 05
260	Sablé .....dep.					10 57						17 40						21 41		0 51	2 07	
308	Angers (St. Laud) 128 {arr.	2 R	9 12	9 49	10 52	11 26	12 11	12 33	13 44	..	16 33	18 26	19 14	19 33	20 04	20 30	21 09	22 10	23 37	1 22	2 42	3 10
	dep.	5 53	9 19	9 59	10 53	11 30	12 13	12 35	13 48	..	16 36	18 29	19 16	19 35	20 06	20 31	21 11	22 13	23 38	1 31	2 47	3 23
	arr.	7 25	9 55	10 39	11 43	12 23	13 07	13 29	14 30	17 25	17 23	19 44	19 57	20 17	20 50	21 34	21 54	23 05	0 30	2 24	3 44	4 25
396	Nantes	2 R	12 B							2 M		1 2										
	dep.	7 36	10 00	10 42	11 46	12 35	13 21	..	..	17 00	17 28	18 55	20 01	..	21 59	21 37	21 57	23 08	..	2 38	3 59	4 39
435	Savenay .....dep.	8 19	10 27	11 06		12 58	14 03	..	..	18 00	17 50	19 36	20 24	..	1 2		22 21	23 31	..	3 05	4 33	
460	St. Nazaire.....arr.	8 42	10 44	11 21	12 21	13 13	14 28	..	..	18 28	18 05	20 01	20 38	..	22 17	22 12	22 36	23 46	..	..	..	5 16
475	Pornichet .....arr.	8 58	..	11 34	12 35	13 27	..	..	..	18 45	18 20	..	20 51	..	22 29		22 51	0 00	..	..	..	5 32
479	La Baule Escoublac ....arr.	9 05	..	11 43	12 43	13 36	..	..	..	18 53	18 28	..	20 59	..	22 35	..	23 00	0 08	..	..	..	5 42
489	Le Croisic .....arr.	9 20	..	11 59	12 59	13 52	..	..	..	19 08	18 43	..	21 14	..	22 49	..	23 15	0 23	..	..	..	6 06

Km		3744 Exp 1 2	3436 Exp 1 2	1815 Rap 1284	158 Rap 1284	3754 Exp 1 2	3783 Exp 1 2	3784 Rap 1 2	3782 Exp 1 2	3760 Exp 1 2	3854 Exp 1 2	3762 Exp 1 2	154 Rap 1284	3764 Exp 1 2	156 Rap 1284	7723 ⇔ 1 2	3768 Exp 1 2 §	3768 Exp 1 2 §	3772 Exp 1 2	3776 Exp 1 2	7733 1 2	3776 Exp 1 2
		◆	◆	◆ ✕ §	◆ ✕ §	◆	⇔	✕ §	◆	◆	◆	⇔ ◆ a	◆ ✕ §	◆	◆ ✕ §		◆	◆ ↑	◆	◆ ✕ §		◆
0	Le Croisic .....dep.	..	..	..	..	6 22	8 52	..	10 56	12 07	..	..	15 18	..	..	..	17 12	17 12	17 54	..	19 19	22 18
10	La Baule Escoublac ....dep.	..	..	..	..	6 38	9 06	..	11 13	12 24	..	..	15 34	..	..	..	17 28	17 28	18 11	..	19 33	22 38
14	Pornichet .....dep.	..	..	..	..	6 46	9 14	..	11 22	12 34	..	..	15 43	..	..	..	17 37	17 37	18 22	..	19 41	22 52
29	St. Nazaire.....dep.	..	..	..	6 05	7 00	9 28	..	11 34	12 47	..	..	15 56	..	16 34	..	17 52	17 52	18 36	..	19 56	23 07
54	Savenay .....dep.	1 15	..	..	6 22	7 22	9 48	..	11 55	13 07	..	..	16 14	..	16 54	..	18 08	18 08	18 53	..	20 22	23 25
	arr.	1 42	..	..	6 43	7 44	10 14	..	12 19	13 31	..	..	16 42	..	17 35	..	18 31	18 31	19 16	..	21 02	23 53
98	Nantes																			1 2 †		
	dep.	2 11	5 03	6 36	8 45	7 58		..	13 00	13 23	13 45	14 32	15 38	17 00	17 08	17 43	17 36	18 45	18 53	19 31	20 19	19 44	0 28
181	Angers (St. Laud) 128 {arr.	3 09	5 47	7 14	9 26	8 52		..	14 56	13 31	14 33	15 30	16 40	17 42	17 59	18 27	20	19 33	19 41	20 20	21 03	21 29	1 30
	dep.	3 16	5 48	7 17	9 27	8 54		..	14 57	13 33	14 36	15 32	16 42	17 43	18 01	18 28	18 28	19 36	19 44	20 22	21 05	..	1 35
229	Sablé .....dep.	3 53				9 23				15 06		17 13		18 31		19 19				20 51			
278	Le Mans 125, 126 ... {arr.	4 29	6 36	7 59		9 52		..	12 42	14 36	15 36	16 35	17 49	18 28	19 01		20 15	20 30	20 38	21 21	21 34	..	2 44
	dep.	4 39	6 46	8 06		10 01		..	12 44	14 43	15 43	16 42	18 00	18 35	19 08		20 41	20 37	20 45	21 28	21 54	..	2 52
340	Nogent le Rotrou .....dep.	5 14						..				18 40					21 27						
409	Chartres 125, 126 .....dep.	5 53	7 48					..		15 53		17 47	19 17				22 06						
472	Versailles (Ch.) 125, 126 arr.	6 36	8 25					..		16 37	17 17	18 26	19 55				22 50			23 05		5 22
489	Paris (Montparnasse) ..arr.	6 53	8 40	9	47	9 50	11 45	..	14 30	16 52	17 33	18 42	20 11	20 16	20 57	20 57	23 03	22 36	22 34	23 20	23 49	5 39

◆ **NOTES (LISTED BY TRAIN NUMBERS)**

145— Fris. (also Nov. 10; not Nov. 11, May 5).

155— LE MAINE OCEAN.

151/6—LE NANTAIS.

154— Mons. to Fris. (not Oct. 31, May 5).

155— Daily except Sats. (not Oct. 31, Nov. 11, Mar. 26, Apr. 30, May 4, 14): ⊏⊐ and ✕ Paris–Nantes; ⊏⊐ (Fris., also Nov. 10, May 13) Paris–Les Sables d'Olonne.

157— LE MAINE OCEAN.

159— Fris. (also Nov. 10, May 3, but Nov. 12, May 5): ⊏⊐ Paris–Le Croisic; ✕ Paris–Nantes.

1815— Mons. (except Oct. 31, Mar. 27, May 1, 15).

3436— Mons. (except Oct. 31, Mar. 27, May 1, 15) from Nantes; weekdays from Le Mans.

3744— ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Quimper–Paris; ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Nantes–Paris (passengers may join cars from 22.00).

3745— ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Paris–Quimper; ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Paris–Nantes (passengers may remain in cars to 7.00).

3749— Fris. and Suns. (also Nov. 1, 10, Mar. 27, May 1, 15; not Oct. 30, Nov. 11, Mar. 26, Apr. 30, May 3, 14): ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Paris–Quimper; conveys on Fris. (also Nov. 10; not Nov. 11, Mar. 24, May 12): ▭ 1, 2 cl. Paris–La Roche sur Yon.

3751— Oct. 29, Mar. 25, Apr. 8, 29, May 13: ⊏⊐ Paris–Le Croisic and Les Sables d'Olonne.

3756— ⊏⊐ (also ✕ from Dec. 14) Le Croisic–Paris; ⊗ Nantes–Paris.

3757— ⊏⊐ (also ▼ from Dec. 13) Paris–Le Croisic; ⊗ (✕ from Dec. 13) Paris–Nantes.

3760— ⊏⊐ Le Croisic–Paris; ▼ (⊕ to Dec. 13) Nantes–Paris.

3762— ⇔ 1, 2 cl. Nantes–Le Mans; ⊏⊐ Le Mans–Paris.

3763— ⊏⊐ (also ▼ from Dec. 13) Paris–Le Croisic; ⊕ (✕ from Dec. 13) Paris–Nantes.

3764— Nov. 1, 13, Mar. 5, 27, Apr. 23, May 1, 7, 15 from Le Croisic; Suns. and hols. (except Oct. 30, Nov. 11, Mar. 26, Apr. 30, May 4, 14) from Nantes; ⊏⊐ Le Croisic/Nantes–Paris; ▼ Nantes–Paris.

3765— Fris. (also Nov. 10, May 3, but not Nov. 11, May 5).

3767— ⊏⊐ Paris–Le Croisic; ⊗ (✕ from Dec. 13) Paris–Nantes.

3768— ⊏⊐ (also ✕ from Dec. 13) Le Croisic–Paris; ⊗ Nantes–Paris.

3732— Nov. 1, 13, Mar. 27, May 1, 7, 15: ⊏⊐ Le Croisic and Les Sables d'Olonne–Paris.

3773— Fris. (also Nov. 10, May 3, not Nov. 12, May 5).

3776— Mar. 27, May 15: ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Le Croisic and Les Sables d'Olonne–Paris.

3777— Mar. 24, May 12: ⊏⊐ and ▭ 1, 2 cl. Paris–Les Sables d'Olonne and Le Croisic.

3778— Suns. and hols. (except Oct. 30, Nov. 11, Mar. 26, Apr. 30, May 4, 14).

3782— Nov. 1, Mar. 27, Apr. 22, 23, May 15: ⊏⊐ Le Croisic (also Les Sables d'Olonne except Apr. 22, 23)–Paris.

3787— Oct. 29, Dec. 24, 31, Mar. 25, Apr. 8, 29, May 13.

3843— Apr. 8 only.

3856— Runs Apr. 22 and 23: ⊏⊐ Les Sables d'Olonne–Paris.

3857— Apr. 8, 9: ⊏⊐ Paris–Les Sables d'Olonne.

3736— ⇔ 2 cl. Angers–Le Mans; ⊏⊐ Le Mans–Paris.

M—Supplement payable: Paris–Le Mans, 11F 1 cl., 7F 2 cl., Angers, 14F 1 cl., 9F 2 cl., Nantes, 17F 1 cl., 11F 2 cl.; Le Mans–Angers, 7F 1 cl., 5F 2 cl., Nantes, 10F 1 cl., 7F 2 cl.; Angers–Nantes, 7F 1 cl., 5F 2 cl. or v.v.

N—Sats. and Suns.

a— Depart Nantes 15.15, Nov. 24–Dec. 20.

d— Calls to take up only.

§— Specify meals required when reserving seats.

Figure 7.3. This train schedule prompts questions about distances, times, services, transfer points, costs, and dates.

BEST COPY AVAILABLE

Students may be interested to compare the travel times on the regular train system and the Trains à Grande Vitesse (TGV) (see Fig. 7.4).

Horaires TGV

PARIS-MARSEILLE-NICE

Valables du 29 septembre 1985 au 31 mai 1986

TGV n°	803 A	807	801 811		815 B	819 C	805 821		827	831	835	841 D	
PARIS GARE DE LYON..D	7.00	7.40	10.23		11.42	12.55	13.24		15.40	16.49	17.47	18.35	
LE CREUSOT TGV.....D		9.07								18.18			
LYON PART DIEU.....D	9.03									19.01			
VALENCE.....D	9.59	10.42			14.37	15.50	16.20		18.37	19.57	20.44	21.34	
MONTELIMAR.....D		11.04									21.06		
AVIGNON.....D	10.53	11.43	14.10		15.31	16.44	17.13		19.32	20.51	21.44	22.29	
MARSEILLE.....A	11.46	12.35	15.03		16.22	17.35	18.04		20.25	21.44	22.35	23.22	
TRAINS N° (changements)	6623	5003		1551	47	5509		5509	5001	1553		6643 E	6601
MARSEILLE.....D	12.07	13.13	15.10	15.14	16.35	18.00	18.11		20.35	21.58	22.39	23.28	0.25
TOULON.....A	13.11	13.51	15.52	15.55	17.16	18.46	18.51	19.01	21.14	22.37	23.19	0.26	1.23
ST RAPHAEL.....A		14.42		16.50	18.05	19.52		19.52	22.04	23.27			
CANNES.....A		15.07		17.15	18.29	20.15		20.15	22.27	23.50			
ANTIBES.....A		15.23		17.28	18.39	20.25		20.25	22.38	0.00			
NICE.....A		15.43		17.50	18.55	20.40		20.40	22.55	0.17			

Attention ! Certains TGV sont à supplément certains jours, se renseigner.

A) Circule tous les jours sauf les samedis, dimanches, fêtes et 26, 27 décembre, 2 et 9 mai.
B) Circule tous les jours sauf les 2, 10 novembre, 3, 10 et 18 mai.
C) Circule les vendredis sauf les 1er novembre, 2 et 9 mai.
D) Circule tous les jours sauf les samedis et 1er, 10 novembre, 30 mars, 2, 9 et 18 mai.
E) Circule les vendredis, dimanches et fêtes.

SNCF

S.N.C.F. RM R 08/85 - 40.000 ex. - 552.049.447 B - R.C. PARIS
STUDIO J.P. RIEU / IMPRIMERIE MASSILIA - DEPOT LEGAL 3ème TRIMESTRE 85

Figure 7.4. A schedule for Trains à Grande Vitesse.

A recent edition of the Thomas Cook Timetable contained 68 pages of varied information before the schedules. Included were average temperatures (in Fahrenheit and Celsius) for various locales, town maps, visa requirements, consular addresses, customs regulations, and distances in kilometers and miles.

Train schedules and maps can be photocopied, enlarged and placed on transparencies for class work. A yellow highlighting pen can be used on the transparencies themselves to focus students' attention on certain features of a map or schedule.

Students can also determine ticket prices for travel throughout France. Although they are not given in the book, they can be calculated easily enough because they are based on distance. In 1985, the price per kilometer of rail travel was 40.2 centimes. Various supplementary charges for first-class and express charges are given in the book. Various discount charges for group travel may be

BEST COPY AVAILABLE

calculated on the basis of published percentages. All of these basic calculations can be done in French.

The following dialogue between a reservations agent and a client at a Bureau des Renseignements illustrates the process of purchasing tickets from Paris to Pornichet, a small town on the western coast of France near Nantes. Information for the dialogue is to be found in Table 123, Paris-Nantes-Le Croisic (Fig. 7.3, p. 70). The trip may be traced on the rail map in Figure 7.1 (p. 66) by following Route 123, which corresponds to Table 123. While the town of Pornichet is too small to be indicated on the map, the city of St. Nazaire, 15 kilometers away, is marked so the traveler has a general idea of the location.

Au Bureau des Renseignements
à la Gare Montparnasse à Paris:

Le client: Bonjour, Monsieur. Je voudrais aller à Pornichet, s'il vous plaît.

L'employé: Très bien, Monsieur. Quand partez-vous, le matin ou l'après-midi?

Le client: Le matin, de préférence, et je voudrais un train avec un wagon-restaurant.

L'employé: Alors, il y a un train rapide qui part d'ici à 6h.48 mais il faut changer de train à St. Nazaire. Le train y arrive à 10h.44. Ensuite il faut attendre une demi-heure jusqu'à 11h.21 pour prendre le train qui arrivera à Pornichet à 11h.34.

Le client: C'est combien, le billet en deuxième classe?

L'employé: 191 francs, Monsieur.

Le client: C'est un trajet d'environ cinq heures. N'y a-t-il pas de train directe qui soit plus rapide?

L'employé: Si, il y a un express directe à 7h. qui arrive à Pornichet à 11h.34 mais il n'y a pas de wagon restaurant.

Le client: Parmi tous les trains allant à Pornichet, lequel est le plus rapide?

L'employé: Celui de 16h.44, un direct qui arrive à 20h.51, un voyage de 4 heures.

Le client: D'accord. Je voudrais réserver deux places pour celui de 16h.44. Y a-t-il des frais supplémentaires à payer?

L'employé: Seulement 8 francs la place pour les réservations. Donc, deux places à 191 francs plus 16 francs. Ça vous fait 398 francs en tout.

Le client: Je peux payer avec la carte Visa?

L'employé: Bien sûr, Monsieur.

This passage concerns a town that is relatively easy to find. With the use of various timetables and accompanying charts, students can plan more complicated journeys to villages off the beaten track requiring various train changes.

Additional information about French trains in the form of brochures with pictures, maps, and important timetables are available in English from the French National Railways, 610 Fifth Ave., New York, NY 10020.

Chapter 8
Le Syndicat d'Initiative

Although the series of Guides Verts published by the Michelin tire company is widely considered to be the finest information available on all areas of France, the French-language versions are mainly intended for those with good reading comprehension. Another excellent body of authentic information, especially of authentic material, is that published by local Syndicats d'Initiative. These are the local tourist/information offices that distribute free maps, area descriptions, and hotel and restaurant listings to anyone who requests them.

Local maps can be useful for a number of class exercises. Large-scale representations of towns (usually in color) are especially easy to follow (see Fig. 8.1, p. 76). Like other documents described in this volume, they can be photocopied and distributed to students or they can be made into transparencies to focus attention on a screen. From a cultural perspective, French maps are interesting to American students since most French cities are quite different from American cities with their typical grid system. Students will be able to make the following generalizations about French towns:

1. The cathedral or largest church is usually at the center of town.

2. A number of important places (post offices, cathedrals, monuments, etc.) are located on streets bearing the same name (Place de la Poste, Place St. Michel, etc.).

3. Nearly every town in France has a street named after Foch, Gambetta, or both.

4. Most large towns have pedestrian areas that bar traffic during the day.

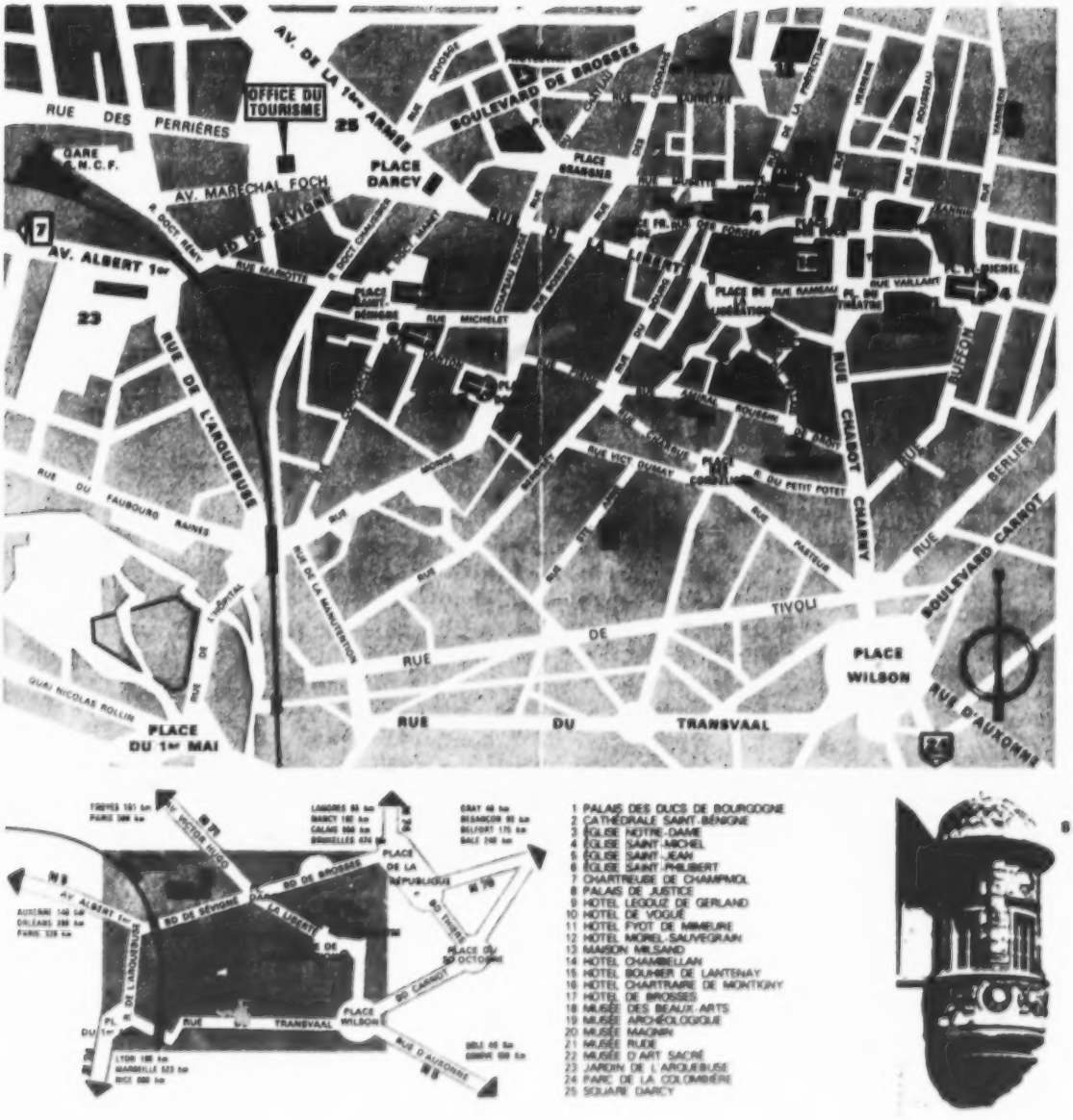


Figure 8.1. Local maps such as this one of Dijon can be useful for a number of class exercises.

BEST COPY AVAILABLE

5. French towns and cities are not designed on a grid. They are often expansions or developments of towns that are hundreds of years old.

6. Very often, a street changes its name every block or so, while American streets often retain their names for many miles (e.g., New York's Broadway or Los Angeles' Wilshire Boulevard).

General questions applicable to all town maps include the following:

1. Où se trouve . . .

   a) la cathédrale principale?
   b) la poste (les P.T.T)?
   c) la mairie ou l'hôtel de ville?
   d) le lycée?
   e) le stade municipal?
   f) la rue principale?

2. Dans quel département et dans quelle province se trouve (cette ville) (cette commune)? (Une commune est la plus petite subdivision d'un territoire administrée par un maire, un adjoint (assistant) et un conseil administratif. Normalement, une commune est plus petite qu'une ville. Bruxelles est une ville qui consiste de 19 communes. Il ne faut pas confondre commune (petite ville ou subdivision) avec communauté (groupe social ou religieux dont les membres vivent ensemble, par exemple, la communauté juive de Paris ou la communauté française de San Francisco).

3. Quel est le chef-lieu du département? (chef-lieu = centre administratif d'un département).

4. Comment va-t-on à pied

   a) de la cathédrale au syndicat d'initiative?

   b) du syndicat d'initiative à l'hôtel de ville?

   c) de l'hôtel de ville au stade municipal?

5. Quels sont les grands magasins en ville? Où se trouvent-ils? Local maps often contain the names and locations of essential services as well as small ads for various commercial establishments of interest to tourists. Instructors can certainly add

their own questions to those that have been suggested above, especially if they have specific maps with which they are working.

In addition to maps, Syndicats d'Initiative also distribute information on hotels and restaurants. One such guide, published by the Comité Régional de Tourisme de Bourgogne in Dijon (Préfecture, 21041 Dijon cédex), lists the following hotel information for all of Burgundy (see Fig. 8.2).

1. Name, address and phone number.

2. Classification (1-4 stars):

   Une étoile: hôtel ayant des chambres avec eau chaude et froide, chauffage central et des toilettes par étage pour 10 chambres, ainsi qu'une salle de douche pour 10 personnes.

   Deux étoiles: hôtel équipé d'un ascenseur, qui est obligatoire quand l'hôtel a plus de quatre étages. Ces hôtels offrent la possibilité d'un petit déjeuner servi dans la chambre.

   Trois étoiles: Les "trois étoiles" ont une moquette ou des matériaux de haute qualité dans le hall, les salons et le bar. Le personnel parle au moins deux langues étrangères, y compris l'anglais.

   Quatre étoiles: Ces hôtels ont un restaurant et sont équipés d'un ascenseur, dès que l'immeuble dépasse deux étages. Les "quatre étoiles" sont les hôtels les plus luxueux.[1]

3. Dates they are closed.

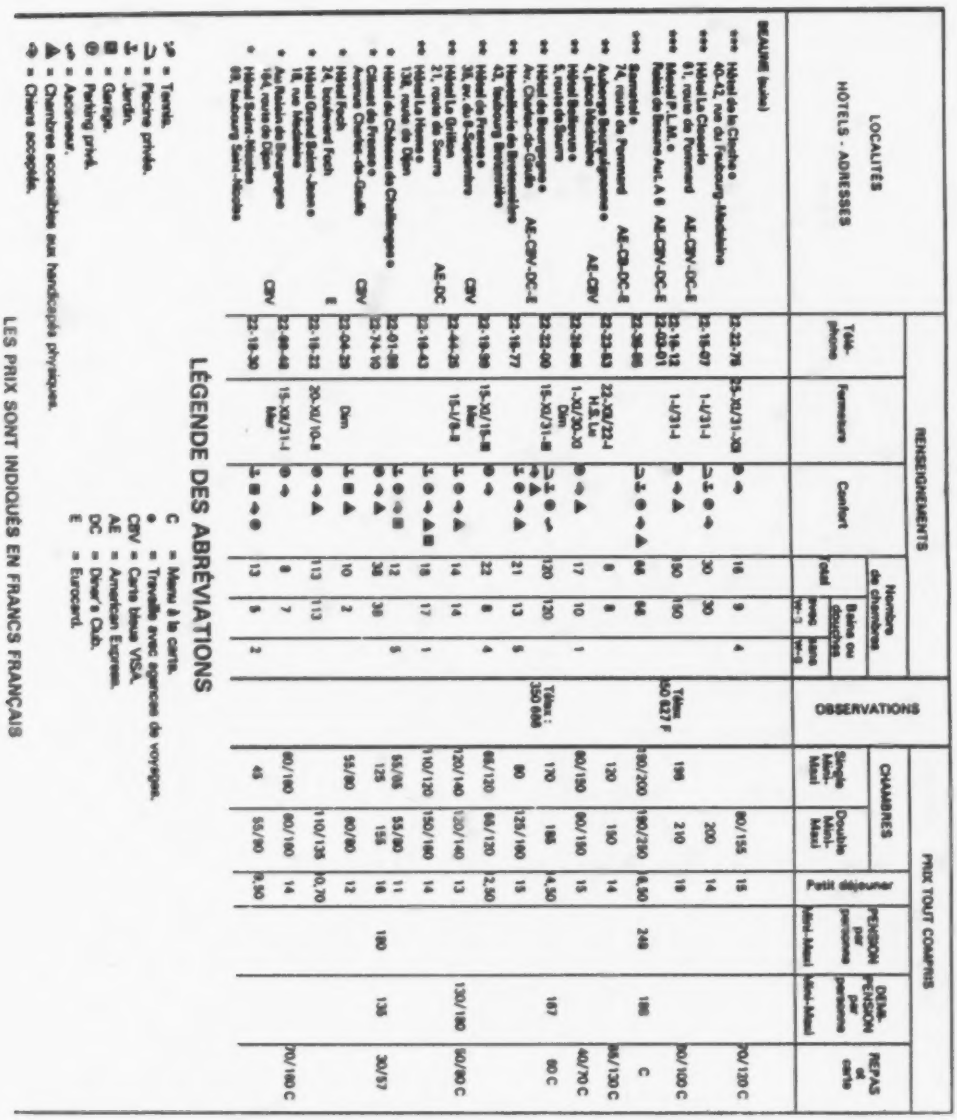
4. Number of rooms with and without baths, showers, and W.C.

5. Minimum and maximum price per person depending on varying conditions.

6. Price for breakfast; minimum and maximum prices for other meals.

---

[1] Journal Français d'Amérique, Vol. 7 No. 23, 22 nov-12 déc. 1985, p. 20



LOCALITÉS
HOTELS - ADRESSES

RENSEIGNEMENTS
Tél.-phone
Fermeture
Confort
Nombre de chambres
Total
Bains ou douches avec
sans

OBSERVATIONS

PRIX TOUT COMPRIS
CHAMBRES
Single Mini-Maxi
Double Mini-Maxi
Petit déjeuner
PENSION par personne Mini-Maxi
DEMI-PENSION par personne Mini-Maxi
REPAS à la carte

BEAUNE (suite)

** Hôtel de la Cloche ●
40-42, rue du Faubourg-Madeleine
22-22-78 — 25-XI/31-III — ● ◆ — 16 — 9 — 4 — — — — — 80/155 — 15 — — — 70/120 C

*** Hôtel Le Cheverlo
61, route de Pommard AE-CBV-DC-E
22-18-07 — 1-I/31-I — ⊃ ± ● ◆ — 30 — 30 — — — — — 200 — 14 — — — —

*** Hôtel Le Home ●
Route de Pommard AE-CBV-DC-E
22-18-12 — 1-I/31-I — ● ◆ ▲ — 160 — 160 — — — — — 210 — 18 — — — 90/100 C

Manoir P.L.M. ●
Route de Pommard Aut. A 6 AE-CBV-DC-E
22-03-01 — — — — — — — — — — — — — — — — —

*** Bernstein ●
74, route de Pommard AE-CB-DC-E
22-36-88 — — ⊃ ± ● ◆ ▲ — 94 — 94 — — Téléc. 350 627 F — — — — — — — —

** Auberge Bourguignonne ●
4, place Monseigneur AE-CBV
22-33-53 — 22-XII/22-I H.S. Lu 1-XII/30-XII Dim — ● ◆ ▲ — 8 — 8 — — — — — — — — — — —

** Hôtel Bellevue ●
2, route de Dijon
22-36-86 — — — — 17 — 10 — 1 — — — 80/150 — 15 — — — —

** Hôtel de Bourgogne ●
Av. Charles-de-Gaulle AE-CBV-DC-E
22-22-00 — 15-XI/31-III — ⊃ ± ● ◆ ▲ — 120 — 120 — — Téléc : 350 048 — — — — — — — —

** Hostellerie de Bretonnière
43, faubourg Bretonnière
22-18-77 — — ⊃ ± ● ◆ ▲ — 21 — 13 — 5 — — — 90 — 15 — — — —

** Hôtel de France ●
36, av. du 8-Septembre CBV
22-19-89 — 15-XI/15-III Mer — ● ◆ — 22 — 8 — 4 — — — 80/120 — 12,50 — — —

** Hôtel Le Grillon
21, route de Seurre AE-DC
22-44-26 — 15-I/9-II — ⊃ ± ● ◆ ▲ — 14 — 14 — — — — — 120/140 — 13 — 167 — 90 C

** Hôtel Le Home ●
130, route de Dijon
22-16-43 — — ⊃ ± ● ◆ ▲ ■ — 18 — 17 — 1 — — — 110/120 — 14 — — —

● Hôtel du Château de Challanges ●
22-01-88 — — ⊃ ± ● ◆ ■ — 12 — — — 5 — — — 55/95 — 11 — — —

● Climat de France ●
Avenue Charles-de-Gaulle CBV
23-74-10 — — ⊃ ± ● ◆ ▲ — 38 — 38 — — — — — 125 — 16 — 180 — —

● Hôtel Foch
24, boulevard Foch E
23-04-39 — Dim — ⊃ ± ■ ▲ — 10 — 2 — — — — — 55/80 — 12 — — — 30/37

● Hôtel Grand Saint-Jean ●
18, rue Maufoux
22-19-22 — 20-XI/10-II — ● ◆ ▲ — 113 — 113 — — — — — 110/120 — 14 — — —

● Au Relais de Bourgogne
164, route de Dijon CBV
22-66-48 — 15-XII/31-I Mer — ● ◆ — 8 — 7 — — — — — 60/100 — 14 — — — 70/100 C

● Hôtel Saint-Nicolas
69, faubourg Saint-Nicolas
22-18-30 — — ⊃ ± ■ ◆ ● — 13 — 5 — 2 — — — 55/80 — 12 — — —

| | | |

4. Quel est le prix minimum pour une personne? Le prix maximum? Pourquoi y a-t-il cette différence?

5. Quel est le prix moyen du petit déjeuner pour tous les deux étoiles de la ville? (N.B. Le petit déjeuner se compose généralement d'un croissant ou de tranches de baguette et de café).

6. Quel est le nom du plus petit hôtel? du plus grand?

7. Quel est votre choix? Pourquoi?

8. Quels sont les deux étoiles ayant une piscine privée?

9. Dans quels trois étoiles les chiens ne sont-ils pas admis?

The easiest way to obtain tourist information in French from various Syndicats d'Initiative is to pick it up during a trip. One can also request maps and brochures by mail enclosing two international-reply coupons, which are available at any U.S. post office. Address a simple request to the Syndicat d'Initiative of any community for which you would like information.

Another way of learning about various places of interest in France is through the travel section of the Sunday New York Times. Although articles on France do not appear weekly, they appear fairly often, certainly once or twice a month. The Times' articles generally contain information about an area, its attractions, and, without fail, its cuisine. The last paragraph generally tells the reader where additional information may be obtained.

Another repository of comprehensive information is the Michelin Guide Vert, which is available in French (and sometimes in English) for all major areas of France. Areas particularly known for their tourist attractions are given a ranking of from one to three stars. They are also featured on a detailed area map in color in the first few pages of the guide. In addition to the detailed information on cities and towns alphabetically listed in each of 19 regional guides, the first 40-50 pages of each contain a wealth of general information about an area. Even the small city maps featured in the Michelin series can be enlarged and used for some essential questions.

Chapter 9
The Telephone Directory

The telephone directory is another storehouse of information that can be used at the early levels of language instruction. It also ties in well with students traveling abroad. Of particular interest are the explanatory sections on telephone use and rates in the front part of a directory, and the yellow pages in the last section. Students can easily learn and retain information from the directory by dialing phone numbers and using charts and rate structures to calculate prices for telephone calls placed throughout the world.

While American rates are based on the distance and duration of calls on a minute-by-minute basis, the French system, for calls throughout the world, is based on a single rate known as the taxe de base. This rate changes from time to time; in 1985 it was 75 centimes. This amount is applied each time there is an impulse (une impulsion), a barely audible millisecond buzz that can be heard at regular intervals during a call. The longer the distance to the number dialed, the more frequent the impulses. Within France, there are three rate zones, each based on the same taxe de base of 75 centimes. The first zone, the immediate calling area, is shown in Figure 9.1 (p. 82) in black. The second zone, shown in gray, are areas somewhat beyond the city where the call originates. During calls to these areas, there is an impulse every 24 seconds. Thus in a period of 60 seconds, there are 2.5 impulses at 75 centimes each for a cost of 1.875 francs. For calls beyond this zone anywhere in France, there is an impulse each 12 seconds, or 5 per minute. Thus the per-minute rate is found by multiplying 5 impulses per minute by the 75 centime taxe de base, or 3.75 francs. For calls placed between 8 P.M. and 8 A.M. the rate is halved.

Prices can be calculated for countries throughout the world since impulse rates are published for each country in a separate chart (see Fig. 9.2, p. 83). For a call from France to Japan, for

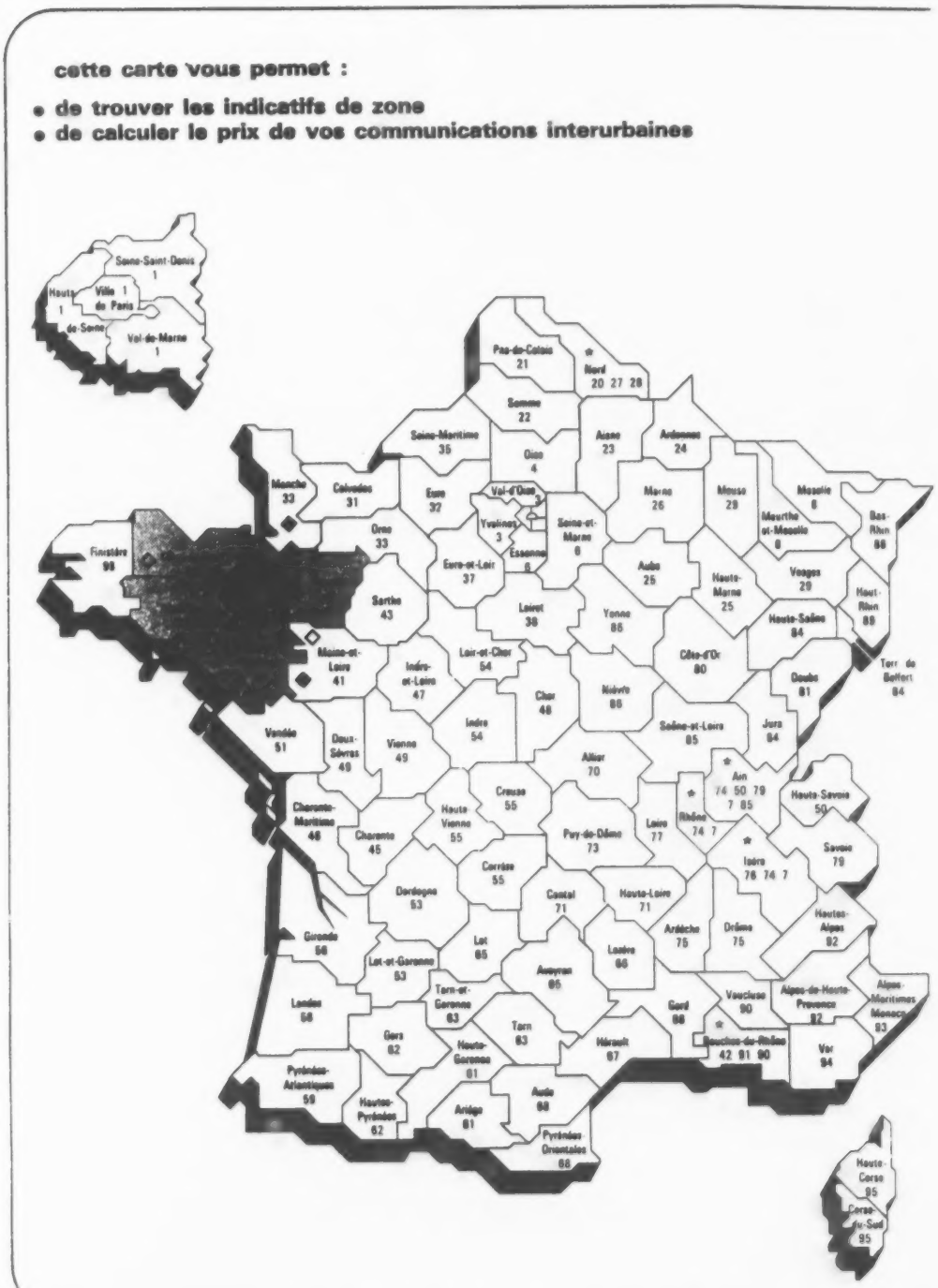


Figure 9.1. This map shows local calling zones in black and gray, beyond which a higher price rate applies.

BEST COPY AVAILABLE

pays demandé	manuel	automatique	
	indicatif	indicatif	une taxe de base toutes les
			sec.
Dominique	19		
Dubaï	971	971	1,9
Égypte	20		
El Salvador	503	503	1,3
Émirats arabes unis	971	971	1,9
Équateur	593	593	1,3
Espagne	34	34	11
États-Unis (1)	11	1	2,5
Éthiopie	251		
Falkland [Îles] (Malvinas)	33		
Feroe (Îles)	45		
Fidji (Îles)	679		
Finlande	358	358	7
Gabon	241	241	1,9
Gambie	220		
Ghana	233		
Gibraltar	350	350	7
Grèce	30	30	7
Grenade	19		
Groenland	45		
Guam	671		

Figure 9.2. This is part of the chart showing codes and rates for calls from France to other countries.

example, the chart shows that the 75 centime charge will be made every 1.3 seconds. Thus, in one minute, there will be 46 impulses at 75 centimes each for a 60-second rate of 34.50 francs. For a number in the United States, there is an impulse every 2.5 seconds, or 24 impulses a minute. When multiplied by the same taxe de base of 75 centimes, this amounts to 18 francs per minute. A directory footnote indicates that night rates are in effect for the United States between 10 P.M. and 10 A.M. The 75 centime rate remains the same but the caller is charged every 3 seconds rather than every 2.5 seconds, the day rate. The savings is 3 francs per minute after 10 P.M. The French rate can be converted into dollarfW of course, using the current rate of exchange. Problem-solving exercises of this kind add an interesting dimension to the review of numcanf caoiqfa rp hsa uniohtoib ifuaohf rp qftex i ltnaohrnzM

In addition to information about rates, the telephone directory is a good way to learn some geography. The general instructions in a French phone book describe how to make calls within the same city or town, within a département and to other départements as well. When students act out placing calls between various cities in France, they learn the name of the appropriate départements.

Until October 1985, there was an indicatif (area code) for every département in France. When calling someone outside the département, it was necessary to dial 16 in order to get out of the area; then, upon hearing the tonalité (dial tone) the caller would dial a six-digit number. Only Paris and a few other large metropolitan areas had seven-digit numbers. On October 25, 1985, new telephone dialing regulations came into being. In simple terms, the following changes took effect:

1. All phone numbers in France now consist of eight digits. The seven-digit Paris numbers are now preceded by 4 (in other words, the former 123 45 67 is now 41 23 45 67). The six-digit provincial numbers are now preceded directly by the département's indicatif.

2. In order to call within the greater Paris area (Paris to Paris) or within the provinces (and province to province) the caller dials only the eight-digit number.

3. To call Paris from the provinces, the caller must dial 16, wait for a dial tone, and then

international

comment obtenir votre correspondant

automatique

Étranger (sauf Andorre)

Cas particulier : Andorre

attention

- Si votre correspondant à l'étranger vous a indiqué son numéro d'appel précédé d'un 0, ne composez pas ce 0, exclusivement valable pour les communications entre les abonnés du pays concerné.

Exemple : pour obtenir l'abonné (0) 6121 20954 à Wiesbaden (RFA), composez 19 puis 49 6121 20954.

- Après avoir composé le numéro d'appel de votre correspondant, vous ne percevez plus aucune tonalité. Ne raccrochez surtout pas. Ce n'est qu'après un délai de quelques secondes que vous percevrez un signal de sonnerie ou d'occupation.

par l'intermédiaire d'un agent des Télécommunications

- communications à destination des pays autres que ceux obtenus par l'automatique
- communications à destination des réseaux non encore automatisés des pays atteints par voie automatique
- communications avec facilités spéciales

renseignements

- Pour connaître le numéro d'appel d'un abonné au téléphone étranger dont vous avez le nom et l'adresse :
- Pour être renseigné sur un indicatif de zone ne figurant pas dans l'annuaire, ou pour connaître les tarifs :

réclamations

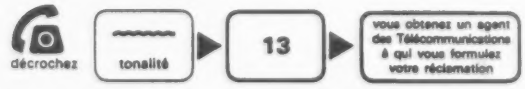


Figure 9.3. This page shows how to make calls to other countries.

BEST COPY AVAILABLE

dial 1 followed by the new eight-digit number. To call the provinces from Paris, the caller dials 16, waits for the tonalité, and then dials the eight-digit number. The only change from the old system was the addition of a digit for Parisian numbers. There was no change in procedure for international calls in either direction.

It is in the explanatory pages of any departmental annuaire that students learn how to dial Information (12), place calls out of the département (16) or the country (19), and make collect calls, known as téléphoner en P.C.V. (payement chez vous) (see Fig. 9.3, p. 85). They thus learn how to use the directory to place calls all over the world. For example, in order to call someone in San Francisco from France, it would be necessary to do the following:

1. Décrocher le récepteur. Attender la tonalité.

2. Après la tonalité, composer 19 pour les appels internationaux.

3. Composer 1 (code pour les Etats-Unis), 415 pour la région de San Francisco suivi des 7 chiffres du numéro américain.

The following types of questions can be asked from the explanatory pages of any of the 96 departmental and Parisian directories.

1. Quel numéro faut-il composer pour "les renseignements"?

2. A partir de Marseille, comment téléphone-t-on à un abonné à Reims? à Moscou? à Boston?

3. Quel est l'indicatif de la Côte d'Or?

4. Quel est le taux d'impulsion pour tous les appels téléphoniques?

5. Combien d'impulsions par minute y a-t-il entre Paris et Caen? Entre Paris et Moscou?

6. Calculez les prix pour les coups de téléphone pour deux minutes dans la question précédente.

Figure 9.4. Hotel ads in the Yellow Pages are excellent for language practice.

BEST COPY AVAILABLE

The Yellow Pages

The Yellow Pages are well known in France and in other Francophone countries all over the world. They are yet another source of authentic material that can be used to review a variety of topics. Included are product categories, names, addresses, and phone numbers, as well as occasional ads containing additional information. In addition to learning about the various types of professions listed, students can learn certain information by posing as prospective travelers. Those who have used Chapter 7 to plan a rail trip can follow up with the yellow pages to look into hotels, restaurants, and car rentals (looking under location for the latter). In the section devoted to hotels (see Fig. 9.4, p. 87), in addition to names and addresses, the occasional accompanying ads offer information regarding location, services, and the all-important quality ratings.

Other categories of interest to travelers and students include automobile rental companies, automobile repair shops, airlines, bicycles, and so on. In going over the listings, there is much information obtainable without even calling anywhere. The Yellow Pages can be photocopied, enlarged, made into transparencies, and highlighted with a marker to focus on desired features.

Some typical questions for the category devoted to hotels might be as follows:

1. Quelle est l'adresse de l'Hôtel Astrid?

2. Quel est le numéro de téléphone?

3. Dans quelle ville se trouve cet hôtel?

4. Où à Rennes cet hôtel se trouve-t-il?

5. Quel est le code postal?

6. Combien d'étoiles a-t-il?

7. Y a-t-il un restaurant dans l'hôtel?

8. Combien de trois étoiles y a-t-il à la page 194? Quels sont ces hôtels?

9. Combien d'hôtels à la page 194 indiquent qu'ils ont un restaurant?

France
circonscriptions administratives régionales
et départements

Figure 9.5. This map from the telephone directory shows the départements and their two-digit identification numbers.

BEST COPY AVAILABLE

French-language Yellow Pages can usually be found in major urban and university libraries as well as in Francophone embassies and consulates. American telephone companies can arrange for customers to obtain directories from Quebec for $24.

In France, all 96 departmental telephone directories can be purchased from the Centre de Réparation et de Vente des Annuaires, 5, rue Emile Baudot, 91308 Massy cedex, France. Local directories are available at any post office or téléboutique. Directories can also be purchased in microfiche form, which is useful for those with microfiche readers or microform photocopying facilities.

Telephone directories carry a detailed map of France clearly showing all the départements as well as their two-digit identification numbers, which are the basis of postal codes and automobile license plate numbers (see Fig. 9.5). The capital city (chef-lieu) for each département has a main postal code consisting of the two-digit departmental number followed by 000. Thus Dijon, the capital of Côte d'Or, whose number is 21, has a postal code of 21000. Strasbourg is 67000, Bordeaux is 33000, and so on. Unlike American towns, which are usually written together with state names, French towns are usually mentioned with a postal code and only occasionally with a department name in parentheses.

Using these numbers, students can locate an area on the map and identify the province as well. Thus in addition to showing that Dijon is the capital of Côte d'Or, the directory also reveals that the area in question is Burgundy. In addition to showing the various départements, the map also shows the administrative divisions known as les circonscriptions administratives régionales, each of which groups together two to six départements (see Fig. 9.5, p. 89). Many of these areas have taken the name of the pre-Napoleonic provinces that were replaced by the départements at the time of the Revolution. La Bourgogne, for instance, comprises the départements of Yonne, Nièvre, Côte d'Or, and Saône-et-Loire. Names such as Alsace, Auvergne, Provence, and Limousin are used once again in an official capacity. Exercises involving the names and numbers of various regions in France are yet another means of reviewing numbers and learning about the geography of the country. Using the directory maps (Figs. 9.1 and 9.5), the following questions can be asked (answers are in parentheses):

1. Vous êtes invité à passer une semaine chez une famille habitant Montluçon (03). Situez le

département et la circonscription régionale. (Allier; Auvergne)

2. Leur numéro de téléphone est 35 78 92. quel est l'indicatif? (70)

3. Quelle est la plus grande ville de cette conscription régionale? (Clermont-Ferrand)

4. Dans quel département cette ville se trouve-t-elle? (Puy-de-Dôme)

5. Quels sont les départements d'Auvergne? (Allier, Puy de Dôme, Cantal et Haute Loire)

6. Pour téléphoner de Paris à cette famille à Montluçon quels chiffres faut-il composer? (16 (70) 35 78 92)

7. Si l'on téléphone à cette famille de Bordeaux, quel numéro faut-il composer (d'après les nouveaux règlements mis en vigueur en octobre 1985)?

For information on using the Parisian Yellow Pages, see Scanlan (1986).

Chapter 10
Mail Order Catalogues

The mail order catalogue is another excellent source of information for a variety of topics taught in elementary and intermediate French. The most extensive vocabulary is found in general catalogues for clothing. Items are usually displayed in color photographs, described in a few sentences and priced. Students can go through a catalogue "selecting" items they want by name and price (see Fig. 10.1, p. 94). They can determine the price in U.S. dollars by checking the latest exchange rates (in most large daily newspapers). They can determine their size in the French system by referring to guidebook conversion tables or measuring instructions given in catalogues (see Fig. 10.2, p. 96).

When there are not enough catalogues to go around, individual pages can be photocopied and distributed or made into transparencies for class viewing. The instructor can also tear out selected pages and distribute one each to everyone in class along with a set of general questions such as the following:

1. Qu'est-ce que c'est? (Quel est le produit?)

2. De quelle couleur est-ce? (Even if the picture is in black and white, the description will tell the colors in which the item is available). Quel est le choix de coloris? (Coloris is defined later in this chapter.)

3. Pour qui est-ce (pour hommes, femmes, enfants, etc.)?

4. Quand est-ce qu'on (le)(la) porte? (en hiver, pour aller à la plage, pour faire du ski, etc.)?

5. Quel en est le prix en francs? en dollars?

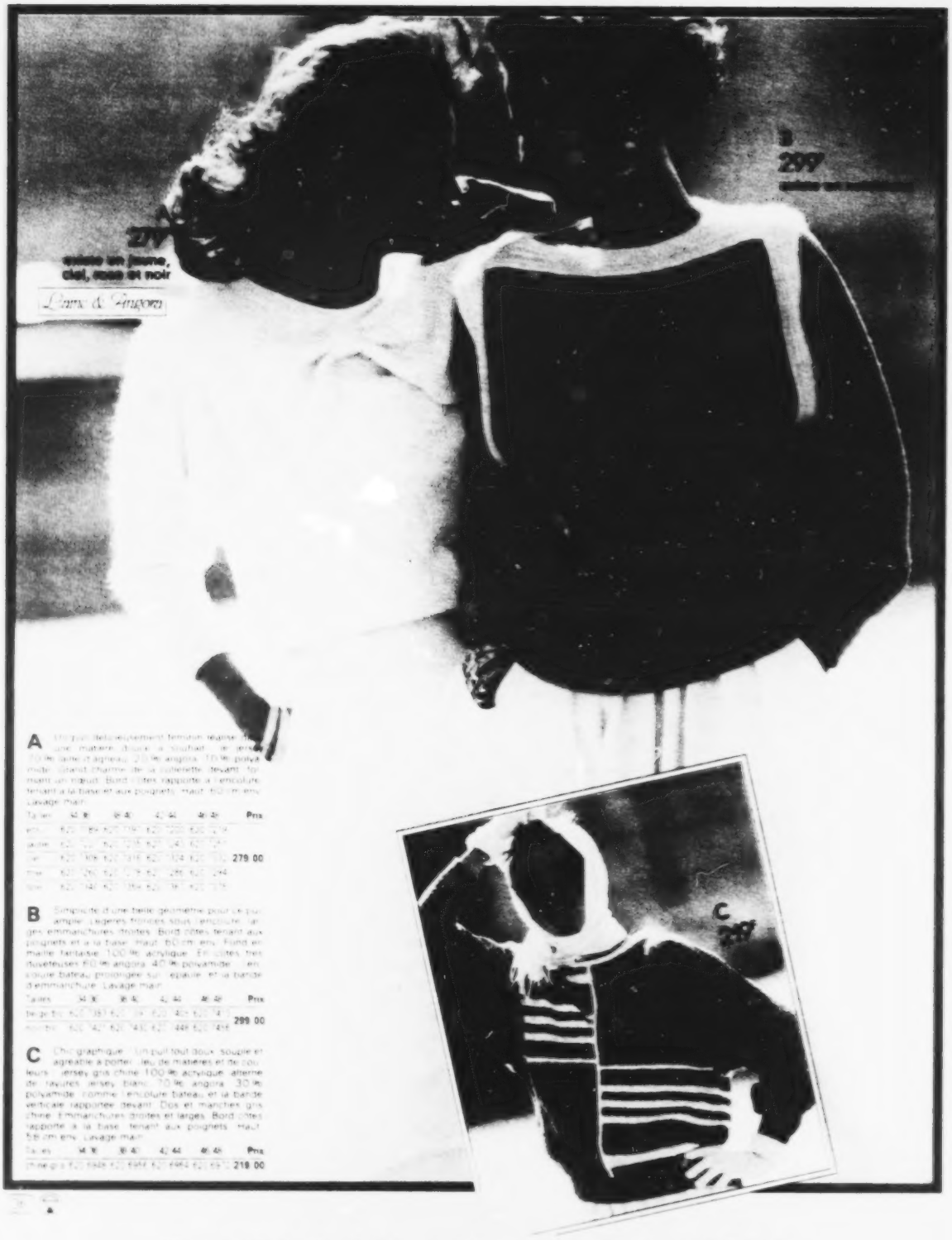


Figure 10.1. Students can leaf through the catalogue and select items.

BEST COPY AVAILABLE

In addition to the copy on clothing, general catalogues (such as those of La Redoute or Trois Suisses) also describe a wide variety of products covered in the first two years of French. Students can easily furnish a home with the sections devoted to various rooms in a house, using the catalogue to place appropriate items in all of the rooms (see Fig. 10.3, p. 98). They can design a home and furnish it on an individual basis or, with selected photocopied pages, they can participate as a group while the teacher stands by a board or overhead projector and draws in the items as they are mentioned. The prices of the items used can be totaled for a global figure in francs and in dollars. (These can be compared with prices from an American catalogue for some interesting revelations.) For those who wish to make comparisons involving the metric system, it might be interesting to compare French and American refrigerators for price and size. The typically small French refrigerator can itself be the basis of a point of culture on French eating and shopping habits.

Catalogue work lends itself well to the preparation of color slides. An audiovisual department can prepare slides on various selected items, or the teacher can prepare slides with a 35mm single-lens reflex camera and special copying lenses. Two slides can be presented for each item: one with the accompanying description and the other without. The undescribed picture is projected first and a series of questions are posed. The second slide, giving the description and price notation, is shown to reinforce the features of the picture that have just been discussed.

One of the advantages of working with a mail-order catalogue is that it gives access to the vocabulary of a great variety of items in the main categories of clothing, furniture, and appliances. Although catalogues contain far too many items to gloss, certain terms relating to clothing and the process of ordering should be singled out. Some of the following terms are found with great frequency throughout any catalogue.

Colors:

The term couleur is not used to describe catalogue items. Instead, one finds les coloris, which are shades of color or whole ranges of shades. Besides the basic colors, les coloris include more precise names of colors, such as marine (navy blue), bordeaux (translated interestingly as burgundy), and

madame vérifiez votre taille

comment prendre vos mesures?

Prenez vos mesures directement sur votre corps.

1. Le tour de poitrine. L'endroit le plus fort de la poitrine en maintenant le mètre bien horizontal dans le dos.

2. Le tour de dessous de poitrine. Mesure prise juste sous les seins (important pour commander votre soutien-gorge ou votre combiné).

3. Le tour de taille. Se mesure au creux de la taille.

4. Le tour de bassin. l'endroit le plus fort du bassin, environ 20 cm sous la taille.

Certains articles vous sont présentés en tailles groupées. Pour commander, il vous suffit de nous indiquer ***votre taille.***

grandes tailles

Dans votre catalogue, les nombreux articles conçus spécialement pour les grandes tailles (ligne, coupe, motif amincissant) vous sont indiqués. Les mensurations correspondant à ces tailles figurent dans les tableaux ci-dessous.

bas et collants

Stature	tour de bassin ou hanches en cm					
	- 85	85 à 90	90 à 95	95 à 100	100 à 105	105 à 110
1 m 55						
1 m 55 à 1 m 60						
1 m 60 à 1 m 65						
1 m 65 à 1 m 70						
1 m 70 à 1 m 75						

pulls-vestes-chemisiers-robes-manteaux-chemises de nuit- combinaisons-tabliers-maillots de bain

Pour un tour de poitrine de (1)	81	84	87	90	93	96	99	102	108	114	120	126
COMMANDEZ LA TAILLE	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

pantalons-shorts-jupes-culottes

Pour un tour de taille de (3)	53/56	57/60	61/64	65/68	69/72	73/76	77/80	81/84	85/92	93/100	101/108	109/116
Et un tour de bassin de (4)	86	89	92	95	98	101	105	109	116	122	128	134
COMMANDEZ LA TAILLE	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

lingerie : soutiens-gorge et combinés, panties et gaines

A peu profond **B** profondeur moyenne **C** profond **D** très profond **DD** super profond

Bonnets A	pour un tour de dessous de poitrine de (2) et un tour de poitrine de (1)	58 à 62 / 72 à 74	63 à 67 / 77 à 79	68 à 72 / 82 à 84	73 à 77 / 87 à 89	78 à 82 / 92 à 94	83 à 87 / 97 à 99					
	COMMANDEZ LA TAILLE	201	202	203	204	205	206					
Bonnets B	pour un tour de dessous de poitrine de (2) un tour de poitrine de (1) et un tour de hanches de (4)	63 à 67 / 79 à 81	68 à 72 / 84 à 86	73 à 77 / 89 à 91 / 93 à 97	78 à 82 / 94 à 96 / 98 à 102	83 à 87 / 96 à 101 / 103 à 107	88 à 92 / 104 à 106 / 108 à 112	93 à 97 / 106 à 111 / 113 à 117	98 à 102 / 114 à 118 / 118 à 122	103 à 107 / 118 à 121 / 123 à 127	108 à 112 / 124 à 126 / 128 à 132	113 à 117 / 128 à 131 / 133 à 137
	COMMANDEZ LA TAILLE	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312
Bonnets C	pour un tour de dessous de poitrine de (2) un tour de poitrine de (1) et un tour de hanches de (4)	68 à 72 / 86 à 88	73 à 77 / 91 à 93	78 à 82 / 96 à 98 / 98 à 102	83 à 87 / 101 à 103 / 103 à 107	88 à 92 / 106 à 108 / 108 à 112	93 à 97 / 111 à 113 / 113 à 117	98 à 102 / 118 à 118 / 118 à 122	103 à 107 / 121 à 123 / 123 à 127	108 à 112 / 126 à 128 / 128 à 132	113 à 117 / 131 à 133 / 133 à 137	
	COMMANDEZ LA TAILLE	407	404	405	406	407	408	409	410	411	412	
Bonnets C Spécial Playtex	Tour de dessous de poitrine Tour de poitrine	67 à 71 / 86 à 91	72 à 76 / 92 à 96	77 à 81 / 97 à 101	82 à 86 / 102 à 106	87 à 91 / 107 à 111	92 à 96 / 112 à 116	97 à 101 / 117 à 121				
	COMMANDEZ LA TAILLE	403	404	405	406	407	408	409				
Bonnets D	Pour un dessous de poitrine de (2) un tour de poitrine de (1) et un tour de hanches de (1)		73 à 77 / 93 à 95	78 à 82 / 96 à 100 / 98 à 102	83 à 87 / 103 à 105 / 103 à 107	88 à 92 / 106 à 110 / 108 à 112	93 à 97 / 113 à 115 / 113 à 117	98 à 102 / 116 à 120 / 118 à 122	103 à 107 / 123 à 125 / 123 à 127	108 à 112 / 128 à 130 / 128 à 132	113 à 117 / 133 à 135 / 133 à 137	
	COMMANDEZ LA TAILLE		504	505	506	507	508	509	510	511	512	
Bonnets D.D	Pour un tour de dessous de poitrine de (2) un tour de poitrine de (1) et un tour de hanches de (4)	78 à 82 / 100 à 102 / 98 à 102	83 à 87 / 105 à 107 / 103 à 107	88 à 92 / 110 à 112 / 108 à 112	93 à 97 / 115 à 117 / 113 à 117	98 à 102 / 120 à 122 / 118 à 122	103 à 107 / 125 à 127 / 123 à 127	108 à 112 / 130 à 132 / 128 à 132	113 à 117 / 135 à 137 / 133 à 137	118 à 122 / 140 à 142 / 138 à 142		
	COMMANDEZ LA TAILLE	606	606	607	608	609	610	611	612	613		
Panties-gaines	Pour un tour de taille de (3) et un tour de hanches de (4)	58 à 62 / 86 à 89	63 à 67 / 90 à 93	68 à 72 / 94 à 97	73 à 77 / 98 à 101	78 à 82 / 102 à 105	83 à 87 / 106 à 109	88 à 92 / 110 à 113	93 à 97 / 114 à 117	98 à 102 / 118 à 121	103 à 107 / 122 à 125	108 à 112 / 126 à 129
	COMMANDEZ LA TAILLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Panties Gaines Spécial Playtex	Tour de taille Tour de hanches	63 à 66 / 90 à 93	68 à 71 / 94 à 97	73 à 76 / 98 à 101	78 à 81 / 102 à 105	83 à 87 / 106 à 109	88 à 92 / 110 à 113					
	COMMANDEZ LA TAILLE	1	2	3	4	5	6					

LES 3 SUISSES, LA QUALITE PAR CORRESPONDANCE

3 SUISSES 799

Figure 10.2. This page shows how students can determine their sizes.

BEST COPY AVAILABLE

roux (rust). Des pulls en maille jersey: Coloris, rouge, naturel, bleu paille, marine, cannelle et gris.

Material:

The most commonly found tissus are le coton and la laine. Others include le tergal, a wash-and-wear synthetic, le polyester, l'acrylique, and le velours (corduroy). Il a acheté un pull en acrylique et un pantalon en tergal.

Fabric styles:

à rayures ou rayé: striped. Il porte une chemise rayée.

à carreaux: checked. Elle porte une jupe à carreaux.

écossais: plaid. Elle possède une jupe écossaise et un kilt écossais.

uni: solid color. Il a acheté une cravate unie. Le catalogue montre une cravate unie en cinq coloris.

Collar styles:

le col en V: V-neck.
ras du cou: crew neck.
roulé: turtleneck.
boule: cowl neck; very loose turtleneck.
col aux pointes boutonnées: button-down collar.

Sizes:

La taille is a general term indicating size for most clothing items, with the following exceptions. The term la pointure is used for items for the hands and feet. Ils ont des chaussettes en trois pointures; 39-40, 41-42 et 43-44-45. Ils n'ont pas les gants que je cherche dans ma pointure. The term l'encolure is used for neck size. Il cherche une chemise d'encolure 39.

For mail or telephone orders, the catalogue asks the client to give measurements such as the tour de poitrine (chest), tour de taille (waist), and tour de bassin (hips), as appropriate.

Figure 10.3. Students can furnish and stock imaginary rooms using a catalogue.

BEST COPY AVAILABLE

Preparing and sending the order:

The following vocabulary is taken from the instructions at the end of the catalogue for determining size and for filling out the order blank.

un bon de commande: Fiche qu'il faut remplir pour passer une commande.

une étiquette: dans ce contexte, le bout de papier collant sur lequel figurent le nom et l'adresse du client.

le montant: le prix de tous les achats commandés.

payement à la livraison: Le client paie quand il reçoit sa commande.

la participation aux frais d'envoi: somme d'argent qu'il faut payer pour les frais d'emballage et de poste (handling and shipping charges).

passer une commande: Ordre par lequel un client demande une marchandise.

la taxe de contre-remboursement en vigueur: Les frais supplémentaires à payer à la livraison (C.O.D. charges). En vigueur: les frais au moment de l'envoi. Le nouveau tarif pour les timbres-poste sera en vigueur le 1 janvier.

vendu en lots: Quand la marchandise est vendue en plusieurs unités à la fois. Par exemple, le lot de deux ti-shirts se vend à 35 francs. Les chaussettes sont vendues par lots de trois paires.

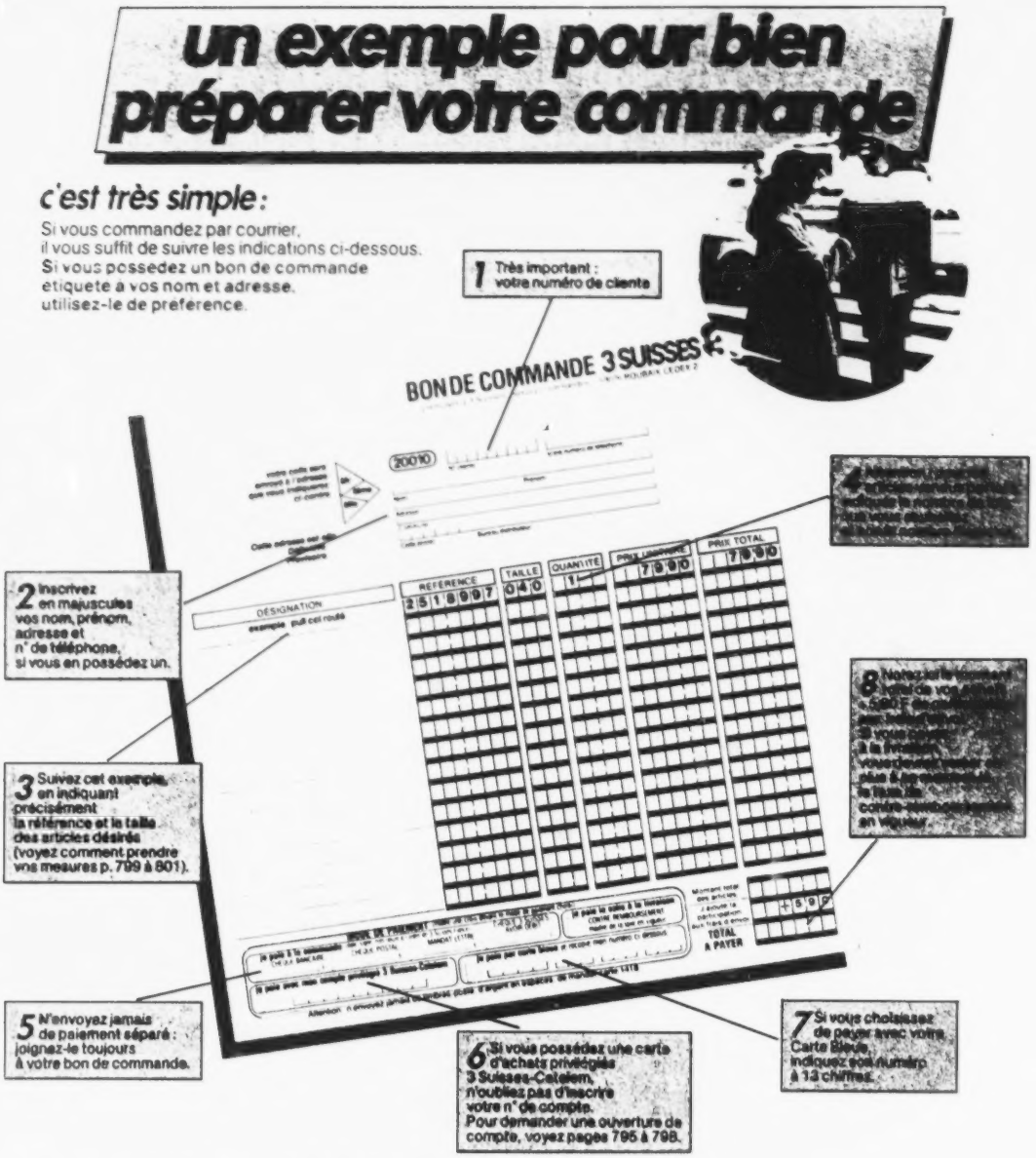
Using this vocabulary, the following questions can be asked about various items of clothing to be ordered:

1. Quels sont l'encolure et le coloris de la chemise désirée?

2. Quels sont la taille, le coloris et le style de la jupe désirée?

3. Quels sont le tissu, la taille et le coloris du pantalon désiré?

4. Quels sont le coloris et la pointure de la paire de gants désirée?


un exemple pour bien préparer votre commande
c'est très simple :
Si vous commandez par courrier, il vous suffit de suivre les indications ci-dessous. Si vous possédez un bon de commande étiquete à vos nom et adresse, utilisez-le de preference.
1 Très important : votre numéro de client
BON DE COMMANDE 3 SUISSES
2 Inscrivez en majuscules vos nom, prénom, adresse et n° de téléphone, si vous en possédez un.
3 Suivez cet exemple, en indiquant précisément la référence et la taille des articles désirés (voyez comment prendre vos mesures p. 799 à 801).
5 N'envoyez jamais de paiement séparé : joignez-le toujours à votre bon de commande.
6 Si vous possédez une carte d'achats privilégiés 3 Suisses-Cetelem, n'oubliez pas d'inscrire votre n° de compte. Pour demander une ouverture de compte, voyez pages 795 à 798.
7 Si vous choisissez de payer avec votre Carte Bleue, indiquez son numéro à 13 chiffres.
8
REFERENCE
TAILLE
QUANTITE
PRIX UNITAIRE
PRIX TOTAL
DÉSIGNATION
TOTAL A PAYER
792 LES 3 SUISSES, LA QUALITE PAR CORRESPONDANCE.

Vous recevrez d'autres bons de commande dans vos colis et dans tous les documents que nous vous enverrons. Si vous n'en avez plus, vous pouvez nous envoyer votre commande sur papier libre en respectant les conseils qui vous sont donnés ci-dessus... ou bien nous la passer par téléphone, c'est tellement plus pratique (voyez pages 788 et 789).

Figure 10.4. Students can use these instructions to place their orders.

BEST COPY AVAILABLE

After students have made their selections, they can proceed to place an order using the instructions found at the end of the catalogue (see Fig. 10.4). They can then order by telephone or by mail. This gives students an opportunity to work with measurements, dimensions, weights, sizes, and colors. Students can use fictional addresses and phone numbers for their orders and use the catalogue to locate the appropriate regional 3 Suisses office (see Fig. 10.5). This exercise is certainly useful for reviewing numbers and for learning how to telephone from one place in France to another.

voici votre numéro d'appel régional:

AGEN	(58)67.20.34
AJACCIO	(95)21.88.13
AMIENS	(22)86.76.37
ANGERS	(41)88.44.33
ANGOULEME	(45)87.70.38
ANNECY	(50)48.82.34
ARRAS	(21)58.48.36
AVIGNON	(90)88.57.23
BAYONNE	(59)34.73.30
BESANÇON	(81)83.38.88
BORDEAUX	(56)08.84.83
BOURG EN BRESSE	(74)21.80.88
BREST	(98)80.81.77
BRIVE	(55)23.34.93
CAEN	(31)86.14.86
CARCASSONNE	(68)28.41.48
CHAMBERY	(79)84.25.10
CHATEAUROUX	(54)34.73.48
CLERMONT-FERRAND	(73)93.87.29
DIJON	(80)30.13.34
GAP	(92)81.88.30
GRENOBLE	(76)43.80.36
LA ROCHELLE	(46)34.43.07
LA ROCHE SUR YON	(51)37.70.81
LE HAVRE	(35)45.86.81
LE MANS	(43)34.28.86
LE PUY	(71)08.80.80
LILLE	(20)98.82.16
LIMOGES	(55)01.31.88
LORIENT	(97)21.58.00
LYON	(7)893.81.00
MARSEILLE	(91)91.90.09
METZ	(8)786.31.33
MONTBELIARD	(81)91.74.43
MONTLUÇON	(70)29.11.56
MONTPELLIER	(67)85.12.56
MULHOUSE	(89)45.48.16
NANCY	(8)332.72.17
NANTES	(40)76.31.88
NICE	(93)83.46.48
NIMES	(66)84.37.03
ORLEANS	(38)53.03.86
PAU	(59)32.86.50
PERIGUEUX	(53)09.88.66
PERPIGNAN	(68)54.42.77
POITIERS	(49)88.67.17
REIMS	(26)40.48.88
RENNES	(99)58.51.23
RODEZ	(65)88.47.41
ROUEN	(35)72.77.48
SAINT BRIEUC	(96)81.43.10
SAINT ETIENNE	(77)25.22.34
SAINT NAZAIRE	(40)22.43.00
STRASBOURG	(88)39.78.14
TOULON	(94)48.90.90
TOULOUSE	(61)47.11.47
TOURS	(47)20.21.40
TROYES	(25)72.82.21
VALENCE	(75)44.74.44
Région Parisienne	
ESSONNE	375.99.99
HAUTS DE SEINE	375.99.99
PARIS	864.15.55
	822.18.39
SEINE SAINT DENIS	868.90.77
VAL DE MARNE	868.90.77
YVELINES	780.73.18
SEINE ET MARNE	437.91.44
OISE ET VAL D'OISE	471.92.33

Figure 10.5. Most catalogues have a list of regional offices.

Chapter 11
Crime Stories

Of all the subjects that might be addressed in the first two levels of French, crime is probably mentioned the least. There is so much other material to be introduced that there is usually no time for it. And yet, the topic of crime is well worth considering. First of all, many articles in daily newspapers treat acts of crime and terrorism. The French judicial process is of interest from a cultural point of view because there are some important similarities and differences with the American system of justice. The vocabulary used in describing criminal acts and intervention by the police and the courts is useful for understanding a vast array of novels, films, and telecasts.

From a grammatical perspective, the topic offers abundant examples of the use of the passive. Many newspaper accounts tell what happens to people who have been arrested and booked for various infractions. Note the use of the passive in the following sentences:

Un homme a été arrêté par la police.

Deux femmes ont été interpellées.

Un meurtre a été commis.

Les quatre voleurs sont recherchés par la police.

Le corps a été retrouvé près de la maison.

These sentences lend themselves well to exercises of agreement as well as to conversion into the active voice.

Following is vocabulary that is commonly used in crime and crime-related accounts, organized into categories.

Les criminels:

un assassin: Celui qui tue volontairement une autre personne.

un auteur: Celui qui a commis un crime. L'auteur du hold-up a disparu dans la foule. La police recherche les auteurs du meurtre.

un cambrioleur (ou un casseur): Celui qui entre dans un logement par effraction (en cassant les serrures) pour voler des objets de valeur.

un intrus: Personne qui entre quelque part sans être invitée.

un malfaiteur: Personne qui commet des actes criminels.

un meurtrier (ou un assassin): Celui qui tue une autre personne; qui commet un meurtre.

un ravisseur: Personne qui enlève une autre personne par force; qui commet un rapt, souvent pour une rançon.

un receleur: Celui qui garde chez lui des objets volés; qui commet un recel.

un repris de justice (ou un récidiviste): Celui qui a déjà passé du temps en prison.

un truand: Un voleur.

un voleur: Celui qui prend des choses, souvent par force, qui ne lui appartiennent pas.

Les crimes:

un attentat: acte d'agression, souvent pour des raisons politiques. Quand on place une bombe qui explose et cause des dégats ou la mort. L'attentat au restaurant a tué 50 personnes.

abattre: Tuer. Le voleur, armé d'un fusil à pompe au canon scié a abbatu trois personnes en quittant la banque.

un complice: Celui qui participe avec quelqu'un à un acte criminel. L'auteur du crime et ses complices ont été arrêtés.

enlever: kidnapper. Les gangsters ont enlevé un enfant pour une rançon de vingt millions de francs.

faux et usage de faux: la falsification d'un document, d'une œuvre ou d'une signature. La police a arrêté un individu pour faux et usage de faux.

une fusillade: action de tirer sur des gens avec l'intention de les tuer. Hier soir il y a eu une fusillade dans un bar à Bayonne. Un homme a tiré sur des gens avec une mitraillette. Il y a eu trois morts.

un meurtre: un homicide. Action de tuer un être humain. Monsieur Dupont a été arrêté pour le meurtre de sa femme.

un rapt: un enlèvement. Action de kidnapper. Le rapt de l'enfant a fait peur à tous ceux qui habitaient le quartier.

un recel: détention d'objets volés. La police a retrouvé beaucoup de bijoux et d'armes à feu chez celui qui est accusé du recel.

un règlement de comptes: action de résoudre un problème (getting even, settling a score). Toi, tu as tué un membre de ma famille, donc, moi, je vais tuer un membre de la tienne. Le meurtre est dû à un règlement de comptes.

revendiquer un crime: quand on prend la responsabilité d'un acte. Le Jihad islamique a revendiqué l'attentat à la base américaine à Beyrouth qui a tué plus de 250 militaires.

tirer sur quelqu'un: envoyer un projectile au moyen d'une arme. Avec son pistolet, il a tiré sur les clients qui étaient assis au bar.

une tentative: quand on essaie d'obtenir un résultat. Sa tentative de meurtre a raté parce que son pistolet ne fonctionnait pas.

violer une femme: action de la posséder contre sa volonté (il s'agit d'un viol). L'inculpé a reçu une peine de 55 ans d'emprisonnement pour viol.

Le travail de la police:

appréhender: arrêter quelqu'un. La police a appréhendé la femme qui a commis le hold-up dans la banque.

arrêter: appréhender. Il s'agit d'une arrestation. La police a arrêté le voleur.

les C.R.S.: Compagnies Républicaines de Sécurité. Unités mobiles participant au maintient de l'ordre. Les C.R.S. ont été appelés pour rétablir l'ordre après la manifestation (réunion publique généralement pour exprimer un sentiment ou une opinion publique).

détenir: Action de garder quelqu'un en prison. La police détient le malfaiteur. Il s'agit du détenu.

écrouer: Mettre en prison, incarcérer: Après avoir été interrogé par la police, le bandit a été écroué.

des empreintes (digitales): Traces laissées par les doigts qui permettent d'identifier quelqu'un. La police a découvert des empreintes du meurtrier dans une voiture abandonnée.

enquêter: recherche de la vérité en posant des questions et en écoutant des témoignages. Les gendarmes enquêtent sur le hold-up qui a eu lieu à une station-service à Nancy. Ils sont chargés de l'enquête du hold-up à Nancy.

un gendarme: militaire faisant partie d'un corps responsable du maintien de l'ordre et de la sûreté publique. Correspond à un "State Trooper" aux Etats-Unis. Gendarmerie: bureaux où il remplit ses fonctions.

incarcérer: mettre en prison. Les meurtriers les plus notoires étaient incarcérés à Alcatraz. Le jeune homme a été incarcéré pour avoir conduit une voiture sous l'influence de la boisson.

inculper: action d'attribuer un crime officiellement à quelqu'un (to charge someone with a crime). Le professeur a été inculpé de vol à main armée. Cette femme a été inculpée de tentative de meurtre.

un indice: un signe laissé par un malfaiteur qui aidera à prouver son identité ou à résoudre un crime. Le suspect a laissé ses empreintes digitales sur le téléphone; c'est le seul indice que nous ayons jusqu'à présent.

interpeller: action de poser des questions à quelqu'un. La police a interpellé le patron du bar pour avoir des renseignements sur le voleur.

un mandat d'arrêt: document qui permet de rechercher et d'arrêter un inculpé en fuite et de le détenir pour une période plus ou moins longue. La police, munie d'un mandat d'arrêt, recherche le président de la compagnie.

mettre quelqu'un en garde à vue: garder quelqu'un en prison pour un délai de 24 heures. Les quatre accusés sont détenus en garde à vue à Metz.

un mobile: cause pour laquelle un crime a été commis. Puisqu'il y avait beaucoup d'argent dans le portefeuille du mort, la police ignore le mobile du meurtre.

mettre quelqu'un en liberté: permettre à quelqu'un de quitter la prison. Action de libérer une personne. Quand les gendarmes ont trouvé le véritable auteur du crime ils ont été obligés de mettre leur premier suspect en liberté.

perquisitionner (ou faire des perquisitions): faire des recherches généralement chez l'inculpé, fouiller. La police s'est rendue chez le suspect pour faire des perquisitions mais elle n'a rien trouvé.

rechercher: quand la police cherche des personnes ou des objets. On recherche la femme du mort pour meurtre. On recherche des indices chez la victime.

le signalement de quelqu'un: description de quelqu'un pour pouvoir le retrouver. La police a envoyé le signalement du voleur à toutes les chaînes de télévision.

La justice (les juges et la cour):

coupable: personne qui a commis un crime. Le jeune homme est coupable de vol et sera emprisonné. Les coupables ont été écroués.

comparaître: action de se présenter devant un juge. L'accusé doit comparaître devant le juge demain matin à 10 heures.

instruction: enquête préliminaire. Le procureur (le parquet) ordonne cette enquête qu'il confie à la police judiciaire.

juge d'instruction (ou juge instructeur): celui qui obtient tous les éléments nécessaires pour permettre un verdict. S'il n'y a pas de bonnes raisons pour amener un accusé en justice, il rend une ordonnance de non-lieu et l'accusé est mis en liberté.

un mandat de dépôt: ordre du juge au directeur d'une maison d'arrêt de mettre un inculpé en état de détention.

non-lieu (ou ordonnance de non-lieu): quand le juge d'instruction décide qu'il n'y pas assez de preuves pour poursuivre un inculpé, il rend une ordonnance de non-lieu. Il n'y a pas de procès et l'accusé est mis en liberté. L'accusé a bénéficié d'une ordonnance de non-lieu.

le parquet: ensemble des magistrats chargés de veiller à la protection de la société. Dans un procès criminel, c'est le parquet qui plaide pour le gouvernement contre l'accusé. C'est son travail de prouver que l'accusé est coupable. Monsieur Bagnolet a été inculpé lundi de détention illégale d'armes par le juge Cianfarelli du parquet de Nanterre. Bruno Sulak a été inculpé par le parquet d'Evry.

une peine: punition. Le juge a infligé au voleur une peine de deux ans d'emprisonnement. En France, la peine capitale (la peine de mort) n'existe plus.

réclusion: action d'être mis en prison. José Soler a été condamné à six ans de réclusion pour vol, puis à dix ans de prison pour homicide volontaire.

sursis: action de remettre une peine à une date ultérieure. Le condamné ne doit pas aller en prison tout de suite; son emprisonnement dépendra de la façon dont il se conduira. Monsieur Nolain a reçu une peine de deux ans d'emprisonnement avec sursis (a suspended sentence).

Les armes:

une bombe artisanale: une bombe confectionnée chez un individu (dans une maison ou un garage) et non pas dans une usine. Après l'attentat dans un café de Paris, les enquêteurs ont trouvé des fragments d'une bombe artisanale.

un canon: tube d'une arme à feu. Il y a des pistolets avec des canons longs et courts. Les gangsters ont souvent un fusil à pompe au canon scié. L'homme dans la voiture a sorti le canon de sa carabine par la vitre et a tiré sur la victime.

une carabine: un fusil à canon court; un fusil léger (rifle).

un coup-de-poing américain: une arme de main. Masse métallique qu'un gangster met dans sa main pour faire mal à quelqu'un.

un couteau à cran d'arrêt: switch-blade knife.

un fusil à pompe: shotgun.

une mitraillete: arme à feu automatique portative à tir rapide. Tout à coup un homme est entré dans le bar et a ouvert le feu avec sa mitraillette.

un poignard: couteau à lame courte et assez large, pointue du bout. Il a frappé le vieillard d'un coup de poignard.

un silencieux: objet qu'on met à une arme à feu pour étouffer le bruit. Comme le revolver avait un silencieux personne n'a entendu le coup de feu.

The following excerpt shows the use of some of the preceding vocabulary:

DROGUE: UN PROFESSEUR ECROUE

> Un professeur agrégé de mathématiques et dix jeunes gens ont été écroués hier, dans le département de l'Aube, pour usage et trafic de stupéfiants à la suite de deux enquêtes menées par la sûreté et la gendarmerie de Troyes. . . . Au domicile du professeur qui recevait de nombreux visiteurs, trois fumeurs devaient être appréhendés, une certaine quantité de hashisch était saisie. . . . Dans le même temps dans un autre appartement, dix jeunes gens étaient interpellés et les enquêteurs découvraient 800 grammes de hashisch, du canabis et un important matériel de fumeur et des seringues.[1]

Following are a number of general questions aplicable to crime articles. Although the questions will not all pertain to each article read, most can be used.

1. De quel crime s'agit-il (en une phrase!)?

2. Qui (est l'auteur)(sont les auteurs) du crime?

3. Quand et où ce crime a-t-il eu lieu?

4. En deux ou trois phrases, expliquez ce qui s'est passé.

5. Qu'a fait la police? (A-t-elle interpellé, arrêté, inculpé, écroué quelqu'un?)

6. Devant qui les personnes appréhendées ont-elles dû comparaître (devant un juge d'instruction)?

7. Qu'est-ce qu'on a retrouvé au lieu du crime (un corps, des indices)?

8. Qu'est-ce qu'on croit être le mobile du crime (un règlement de comptes, un vol, des raisons politiques)?

---

[1] "Drogue: un professeur écroué," Le Figaro, le 13 décembre 1979

9. Quel est le signalement (de l'auteur, des auteurs) du crime?

10. Qui est-ce que la police a interpellé?

11. Qui a été mis en garde à vue?

12. Quelle sera la peine probable de ce crime?

13. Quelle a été la sentence imposée par le juge?

14. Quel organisme a revendiqué ce crime?

15. Quels indices les enquêteurs ont-ils trouvés?

As with other subject areas described in this volume, the instructor may wish to approach crime with some early vocabulary development using articles or television accounts in English. The following made-up event demonstrates how this can be done.

> A man in his early twenties robbed a liquor store last night at 11 P.M., closing time, making off with about $5,000. The victim described the robber as a medium height Caucasian with a thin moustache and a scar on his chin, armed with a 38 caliber pistol. He drove off in a stolen 1975 blue Volvo which has since been recovered on the town square. The police are questioning several residents from the area who have known ties with the underworld.

The following questions can be used for the preceding passage:

1. De quel crime s'agit-il? (Il s'agit d'un vol à main armée.)

2. Qui est l'auteur du crime? (Un jeune blanc âgé de 20 ans environ)

3. Quelle arme possédait-il? (Il avait un pistolet, calibre 38.)

4. Quel est son signalement? (Taille moyenne, une moustache, 20-21 ans, une cicatrice au menton)

5. Quel a été le mobile du crime? (Vol)

6. Quels indices a-t-on retrouvés? (Aucune mention dans l'article)

7. Qui la police a-t-elle interpellé? (Plusieurs résidents de la commune)

This vocabulary was selected on the basis of the frequency of its occurrence in the press. Words with multiple meanings such as canon (gun barrel) have a particular meaning in the context of crime. In certain cases, the difficulty of defining legal terms makes it necessary to add English equivalents.

Chapter 12
Commercial Television[1]

For close to three decades, television has proven to be a popular and effective medium in the foreign language classroom. A great deal has already been written about the many uses of video (Berwald, 1985), including specially prepared instructional telecasts, French films, and teacher/student-prepared videotaped lessons. Television promises to be an even more active medium with the growing popularity of French videocassettes and the development of satellite transmissions from Quebec and western Europe. Still, commercial television, one of the most popular uses of this medium, has been virtually ignored by the profession and is the particular focus of this chapter. A great variety of instructional possibilities can be developed with both English- and French-language programs available in this country and in Canada. A vital adjunct to the use of television is the videocassette recorder (VCR) and its capability of copying programs directly off the air. Recorded programs are perhaps the most interesting and flexible visual aid available for the classroom. The element of sound and motion can be used in many ways to teach all of the major foreign language skill areas.

American television programs are a good starting point. There are two easy ways of using them to teach French. One technique, applicable to the third and fourth levels of instruction, is to bring a television set into the classroom, select a program, and ask students to take telegraphic notes, in French, of a 5-10 minute segment of the program. A student might copy notes that read as follows:

---

[1] This chapter is adapted from "Teaching French Language Skills with Commercial Television," which apeared in French Review, Vol. L, No. 2, December 1976 and appears here with permission.

homme entre maison/parle avec enfants/en train regarder télé/téléphone sonne/qqun demande M. Jones

The last step of this exercise, perhaps the most crucial, is the class participation in creating a stylistically sound finished product. Students are asked to read their sentences aloud as the instructor writes a paragraph or two on the blackboard or overhead projector. Corrections and improvements are made and improper forms are rejected. Students also learn that although some of their forms may be grammatically correct, native speakers would probably use another form (such as the use of offrir rather than acheter in Je vais lui offrir un verre de vin rouge). Students may also wish to incorporate additional thoughts and ideas in the composition that may be suggested by the telecast. Police dramas lend themselves to description when there is a succession of action shots with a minimum of dialogue. Often the first two minutes of such a program, typically a lead-in used to attract viewers, provides such an opportunity. This would certainly offer ample opportunity to take notes and then write them up in paragraph form.

A variation of this lesson is to assign the televiewing for homework. This eliminates the necessity of taping a program or of taking class time for actual viewing. Students take notes and prepare a composition at home, thus allowing the instructor to focus entirely on putting the composition together in class on a participatory basis as described earlier.

Another use of commercial television involves the dubbing mechanism found on many videotape decks. On many videotape decks, the "dub" button is used to erase the original sound track of a telecast. A new one can then be produced. This procedure allows the following activities to take place.

1. Try narrating the action on the screen in the foreign language. Your voice-over can be simple or complex depending on the class level for which it is intended. Alongside the dubbing, you may have music or sound effects playing on an audiocassette player in the background. For example, you can tape a professional football game off the air and prepare a voice-over narration of the action with crowd sounds playing on audiotape in the background (see Chapter 14).

2. You can dub a dialogue in the foreign language. The instructor or students listen to the original dialogue and prepare an approximate translation, which is then dubbed. The dubbing will be more effective if you listen to the original once or twice to note the time intervals of each dialogue line. Do not worry about perfecting lip-synchronization since even a modest effort produces results that are highly effective as a teaching vehicle. Segments from American soap operas are particularly suited for recording and dubbing because they offer plenty of dialogue and little action.

3. You can also dub material that is totally unrelated to the action on the screen. Imagine dubbing in lines from an old French ALM textbook to a rerun of the western "Bonanza." The incongruity of this juxtaposition never fails to evoke laughter from people who experience it. Sound dubbing has great value in stimulating active participation by students, who can develop their creative talents by preparing dialogues as they perfect their French writing and speaking skills.

Other instructional possibilities lie with French-language telecasts, which may be readily viewed in the United States and Canada. Viewers in certain regions of northern New England can receive on cable French-language programming directly from Quebec. Simply set up a VCR unit in a hotel room, attach it to the television set, and record. Several hours of such taping will yield an interesting variety of materials that can be used in the classroom.

The simplest and perhaps least effective use of a taped telecast is merely to play it back, which produces a passive experience. With a sporting event such as a hockey game, since the action is obvious, the viewer does not even need to understand French to know what is going on. The use of a pause button, however, transforms the telecast into an active teaching situation. Once the action is "frozen" on the screen, the instructor may ask countless questions. Thus the pause button is an indispensable aid to teaching with television. Accompanying vocabulary sheets and exercises of varying types are also very useful for reinforcing what you wish to present.

Two other pieces of equipment may be used in conjunction with telecasts. Both the single-lens reflex camera and the audiocassette recorder may be put to excellent use. (The single-lens reflex

camera is one that enables the photographer to view exactly what will be captured on film; a range finder will not capture at close range the image seen through a viewfinder.) The reflex camera can be used with or without close-up lenses to take slides of various portions of a telecast. These slides can serve to introduce vocabulary and to preview some of the more essential scenes of a telecast. They can also be used for review after programs have been seen and studied. The cassette recorder may be used to copy the sound portion of a French telecast, which might then be edited to incorporate explanations. The cassette recordings and slides can be used together as a means of preparing students to follow a telecast. They can also be used for individual work.

The instructor interested in using television to teach language skills might wish to consider the advantages of one-minute commercial messages. Commercials in French lend themselves to classroom instruction for a number of reasons: (a) Often the same comercials appear in an English version in the United States, arousing interest in how the same message is treated in another language (or in another culture); (b) There is often much humor, action, and variety in a tautly prepared 60-second dramatization; (c) Written sentences often appear on the screen to aid comprehension and reinforce the spoken form; (d) The addition of music or a jingle renders the announcement more interesting and amusing; (e) The time factor is excellent; much can be done with a minute of material, and yet it is an amount of time students can handle without getting confused or bored; and (e) A commercial is also a good starting point for further use of television.

In order to derive maximum benefits from using commercial television in class, consider the following suggestions:

1. Select a segment for use in class and copy the sound portion onto audiotape.

2. Using the sound portion in its original, uncut version, copy it onto another audiotape, introducing pauses at appropriate places to aid comprehension (for example, at natural breath pauses or at the ends of sentences).

3. With a single-lens reflex camera, take a number of still photos of the telecast. Use the 35mm slides to discuss the action and to introduce vocabulary.

4. Preview the telecast, extracting some of the more difficult vocabulary words and idiomatic expressions. These can be compiled with sample sentences to prepare students to listen, view, and respond (see the Introduction).

After working with the vocabulary, hearing audiotapes, and observing slides, students will be better prepared to view a taped telecast. It might be interesting to begin a television lesson by playing a selected segment once through without stopping to see how much students can understand from a first run. Compare this with a final play-through after the preparation to note the increase in comprehension.

By using the pause button and freezing the action on the screen, the instructor can run through a number of questions, discuss various aspects of the action, and introduce elements of vocabulary. The addition of slides, handouts, and audiotape strengthens and reinforces skills. In addition, when the videotape unit is not readily available, these materials may be used independently as preparation. Furthermore, the use of other techniques for presenting the same material adds variety and interest to the classroom. The reader is again reminded of the potential of these approaches for individuals working on their own.

Off-the-air taping for classroom use must be done in observance of copyright laws. New laws promulgated in the mid-1970s and formulated into guidelines in 1981 spell out limitations on taped broadcast materials. These guidelines refer to schools' off-the-air taping of telecasts intended for use by the general public without charge:

> Under the guideline standards, a broadcast program may be recorded off the air simultaneously with broadcast transmission (including simultaneous cable retransmission). The recordings may be made only at the request of and used by individual teachers. They may not be regularly recorded in anticipation of requests. Also, no broadcast program may be recorded off the air more than once at the request of the same teacher, regardless of the number of times the program may be broadcast. A limited number of copies may be reproduced, within the guidelines, from each off-the-air recording to meet the needs of teachers. . . . The copies made

> may be retained for a period not to exceed 45 calendar days after the date of recording. All copies should then be erased or destroyed immediately. . . . Under the guidelines, off-the-air recordings may be used "once by individual teachers in the course of relevant teaching activities and repeated once only when instructional reinforcement is necessary." Use should occur in classrooms and similar places devoted to instruction within a single building, cluster or campus, or in the homes of students receiving formalized home instruction. Use may be made during the first 10 consecutive school days within the 45 calendar-day retention period. . . . The off-the-air recordings may not be altered from their original content or combined so as to make up teaching compilations or anthologies.[2]

In addition to working with the actual medium, do not overlook the television pages of French newspapers or television guides (such as Télé-7-Jours). They contain program listings of six channels as well as synopses of special programs and feature films (see Fig. 12.1). Schulz (1974) has suggested some pertinent questions as a means of developing reading and vocabulary and of focusing on various cultural differences. Although her questions were written in English for use in all foreign language classes, it is a good idea to put them into French since the vocabulary items in the questions are useful for phrasing responses.

1. Combien y a-t-il de postes émetteurs? (Au Canada on dit des canaux.)

2. Comment ces postes s'appellent-ils?

3. Combien de programmes y a-t-il le matin? l'après midi? le soir?

4. Entre quelles heures peut-on regarder la télé?

---

[2] Donald F. Johnston, Copyright Handbook, New York and London, R.R. Bowker Company, 1982.

JEUDI 28 NOVEMBRE — 2

6.45 TÉLÉMATIN
Voir présentation page 80

8.30 **VALÉRIE**
Feuilleton en quarante épisodes de François Dupont-Midy
Scénario de Jean Gérard et Jean-Louis Roncoroni
Vingt-quatrième épisode
Valérie ..... Sylvie Milhaud
Bruno ..... Gérard Berrey
Victor ..... Franck David
Vernoux ..... Étienne Draber
Nicole ..... Annette Pavy
Diffusée en 1974, 1977
Simone, la jeune fille qui s'occupe de Laurent, s'est laissée séduire par un jeune voyou. Elle a emprunté de l'argent à Valérie et ne trouve pas les moyens de la rembourser...

10.30 ANTIOPE VIDÉO
Voir présentation page 80

11.30 LES RENDEZ-VOUS D'ANTENNE 2

11.35 LA TÉLÉVISION DES TÉLÉSPECTATEURS
proposée par Armand Ventre
Présentation d'Alain Chaufour
Réalisation de Guy Sauterel
VENISE TRAVESTIE
Reportage de Louis Guichard
LE MAÎTRE DES ORMEAUX
de Pierre Michel et Daniel Dartois
Le XII[e] Festival international de l'image sous-marine aura lieu du 6 au 8 décembre 1985 au Palais des Congrès de Juan-les-Pins.

12.00 MIDI INFORMATIONS ET MÉTÉO

12.05
UN JEU PROPOSÉ PAR JEAN-CLAUDE BUCHEZ

L'ACADÉMIE DES 9

PRÉSENTATION DE JEAN-PIERRE FOUCAULT
RÉALISATION DE GEORGES BARRIER

Pour jouer avec les candidats : **Harold Kay, Bernard Métraux, Philippe Léotard, Ariette Didier, Marianne Mille, Marion Game, Christian Dob.**
Noe Willer : *Femme publique*
Louis Chédid : *Loin d'ici, bien ailleurs*

Louis Chédid : des paroles claires

15.50 C'EST ENCORE MIEUX L'APRÈS-MIDI
proposé par Dominique Cartier
Présentation de Christophe Dechavanne
Réalisation de Gilles Amado, Guy Job et Christian Vidalie
Invités :
Gilbert Montagné, Grimaldi, Claude Angel, Alex Métayer et Rika Zaraï

17.30 RÉCRÉ A2
proposé par Patricia Chalon, François Arrignon et Christian Mouchart
Réalisation de Nicole André
Présentation d'Alain et Marie
PLOOM
PLOOM ET LA LUNE
IMAGE, IMAGINE
par Odile Limousin et Jean-François Lacan
Émission interactive pour jouer avec les mots
SUPER DOC
SOUS TENSION
MES MAINS ONT LA PAROLE
proposé par Danièle Bouvet
Réalisation de Mario Chiaselotti
Présentation de Philippe Galan
LATULU ET LINELI
J'ai pas sommeil
TERRE DES BÊTES
par Allain Bougrain-Dubourg
Réalisation de Renée Père
LA SALAMANDRE
Nous suivons deux variétés de salamandres dans des régions forestières indispensables à leur bien-être.
TOUT BÊTEMENT
Max Fournier raconte une histoire de chat
LE TOUTOU DE LA SEMAINE
BIBIFOC
L'ENLÈVEMENT
SHAGMA OU LES MONDES ENGLOUTIS
ICELANDIS
Deuxième partie
TÉLÉCHAT
proposé par Roland Topor

12.45 A2 MIDI

13.30 RANCUNE TENACE
Feuilleton en trente-cinq épisodes
Dix-neuvième épisode
Pierre ..... Frédéric de Pasquale
Ferrat ..... Nicolas Pignon
Michel Barrière ... Michel de Villiers
Manu ..... Dominique Blanot
Sylvie ..... Marie Bunel
Ferrat est furieux, après l'article de « La Pie » sur l'implantation d'un supermarché à Bruant...

14.00 AUJOURD'HUI LA VIE
CHICANE ET ZIZANIE : POLITIQUE : MISOGYNIE OU BON SENS ?
Les femmes politiques sont une fois de plus lésées, parce que les partis politiques leur accordent peu de place et souvent aucune chance d'être élues dans les listes établies pour les prochaines élections législatives. Faut-il défendre leur cause ou bien doit-on estimer que les femmes n'ont pas leur place dans la vie politique ?
Invitées : **Yvette Roudy, Edwige Avice et Monique Pelletier.**

15.00 HÔTEL
Série en vingt-huit épisodes
Quinzième épisode
ACCEPTER LA DIFFÉRENCE
Mme Cabot ..... Ann Baxter
Nick Tomasino ..... Scott Balo
Donna Corry ..... Anne Robbins
Jonathan Corry ..... Don Porter
Susan Elliott ..... Carol Lindley
Après l'incendie qui a ravagé leur appartement, Nick Tomasino et ses parents ont trouvé refuge à l'hôtel Saint-Gregory, où Mme Cabot a mis une superbe suite à leur disposition...

18.30 C'EST LA VIE
Présentation de Jean-Claude Allanic

18.50 DES CHIFFRES ET DES LETTRES

19.15 ACTUALITÉS RÉGIONALES

19.37 EXPRESSION DIRECTE
CNPF
Formation politique : PS

20.00 JOURNAL

20.30 D'ACCORD, PAS D'ACCORD

Figure 12.1. This is a page from Télé-7-Jours.

BEST COPY AVAILABLE

5. Quels genres de programmes paraissent les plus populaires? (documentaire, film-policier, feuilleton, actualité, western, jeux, etc.)

6. Quels sont les programmes américains représentés à la télé française?

As for film descriptions in the television pages, you may use the vocabulary and general questions suggested in Chapter 2.

The new field of video holds particular interest for foreign language classes as international programs and interactive video[3] become more accessible. Many French programs are commercially available here for use on American VCR units. Furthermore, many of our language laboratories possess the technical facilities for playing back videocassettes prepared in Francophone countries.[4] Meanwhile, however, daily commercial television, easily accessible to everyone, has excellent potential for vocabulary development at the intermediate level.

---

[3] Interactive video, a marriage between the computer and television, holds particular promise for language teaching in the years to come.

[4] The system Secam is used for France and Luxembourg, and Pal for Belgium and Switzerland.

Chapter 13
Le Tour de France

Anyone who has ever noticed a newspaper or magazine account of the Tour de France cannot fail to have seen maps depicting the three-week itinerary. These maps include not only the 21-22 stages of the race, but they also point out the cities and terrain through which the race takes the 140 or so participants (see Fig. 13.1). These maps by themselves can serve as an excellent point of departure for teaching the geography of France, and in addition the bicycle race is a wide-ranging topic that offers a wealth of possibilities for the teaching of French language, culture, and grammar. Newspaper and magazine accounts of the race provide the reader with a great deal of statistical information regarding the rules of the race, participating countries, prizes, sponsors, and distances (see Fig. 13.2, p. 124). These facts and figures can be used to teach, among other topics:

- numbers
- geography of France and of western Europe
- names of various countries (and their inhabitants)
- racing rules
- the metric system
- colors
- uniforms--maillots, casquettes
- sponsors of the race
- advertising--various companies and their products

In recent years, more and more young Americans have become knowledgeable about the Tour de France. This may be due in part to the great interest in cycling that developed in the United States during the 1970s. The media help fuel this interest with occasional stories and updates of the July classic. In 1984, Columbia Broadcasting System devoted a 20-minute television segment each Sunday afternoon to some significant aspect of the race as it

Figure 13.1. This map shows the 1984 itinerary of the race.

BEST COPY AVAILABLE

progressed through its various stages. Certainly the specialized American bicycle magazines provide detailed coverage of the Tour de France and other major races as well. One reason for increased coverage in this country may be the recent participation of Americans--Jonathan Boyer since 1982 and Greg Lemond in 1984 and 1985. Lemond took second place in 1985.

The Tour de France is, of course, a major sporting event in France and has been since 1903, receiving extensive media coverage. Although most participants come from western Europe (France, Belgium, Holland, Ireland, Italy, Spain, and Switzerland in particular), others represent such far-off lands as Australia, Colombia, and now, of course, the United States. Commercial establishments pour millions of advertising francs into the event to make it a success.

The race consists of 21-22 *étapes*, each of which is covered in about four hours of racing in one day. Racers go from 125 to 250 kilometers per stage, depending on the terrain, and cover about 4,000 kilometers for the entire race. They race as individuals and as members of a team. In 1982, there were 17 teams of 10 racers each for a total of 170 participants. In 1983, there were 14 teams and 140 participants who began the race. The itinerary changes every year. Before 1983, the Tour would begin in a neighboring country and finish on the Champs-Elysées in Paris. The race would even include one or two brief forays out of France. Since 1983, however, the race has been run entirely in France. The racers do not complete the course in continuous fashion; occasionally they are transported by automobile, plane, helicopter, or train to the next stage, so that they cover as much of France as possible. In this way, the Tour can avoid neglecting remote areas of the country.

Since many publications offer exhaustive documentation on the Tour de France, including *Guide du Tour*, *L'Equipe Magazine*, *Miroir du Cyclisme*, *Miroir du Tour*, *Sprint*, and *Vélo*, only a brief overview is given here. Approximately 150 racers compete as individuals and as teams for some 22 prizes, which are generally cash awards presented by any of the large companies sponsoring the race. The top prize is the *maillot jaune* or the yellow racing jersey, awarded, in addition to cash, after each *étape* and after the entire race to the racer with the best time. The next highest prize is the *maillot vert*, which is given to the racer with the highest accumulation of points. Points are awarded to the top 15

Figure 13.2. Newspapers give full details about participating countries, winners, sponsors, and distances.

Tous les classements

ÉTAPE

GÉNÉRAL

POINTS

MONTAGNE

POINTS PAR ÉQUIPES

ÉQUIPES

CLASSEMENTS ANNEXES

DISTINCTIONS

BEST COPY AVAILABLE

racers or so for each stage of the race. Numerous other factors enter into the awarding of points, which are covered in detail in annual guides devoted to the race.

Perhaps the best sources of current information on the Tour de France are magazines such as Vélo and Miroir du Cyclisme. Both feature maps showing a complete itinerary of the race and a day-by-day schedule. These magazines also contain a great deal of information about participants, teams, sponsors, terrain, and even the gastronomy of all the areas covered in the race. A French reportage could not be complete without covering regional food and wine specialties!

While maps of the race can be used to teach geography and certain technicalities, magazine and newspaper articles are perhaps the richest resource for a unit on the Tour de France. Magazine pictures or slides prepared from these pictures can be used to teach the following topics:

Specialized clothing:

The various maillots include yellow (champion, with the best time), green (champion, with the highest point total), polka dots (best mountain performance), and white (best performance of racers up to 24 years of age).

The casquettes are yellow for the best team in time and green for the best team in points.

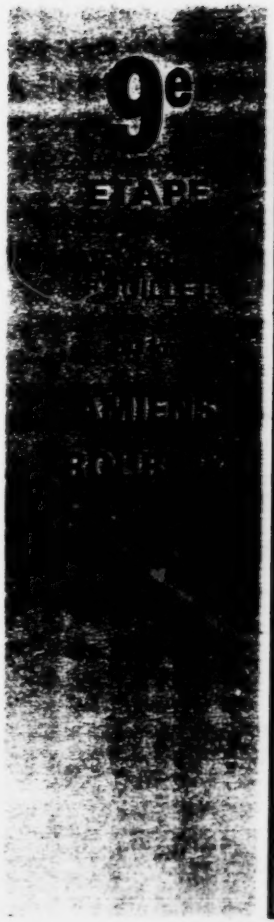
Individuals and teams can be identified on the basis of the companies displayed on their jerseys. For example, Ti-Raleigh Campognolo refers to two companies that together sponsor a team made up of racers predominantly from Holland; Renault-Elf-Gitane are three companies that jointly sponsor a team from France.

Terrain:

The rainy, cobblestoned north contrasts with the flat west and the mountainous south and east.

Distances:

Students can study the kilométrage between the villes-étapes (the starting and finishing points of each stage) and the height of the various mountain passes the racers must negotiate (see Fig. 13.3, p. 126).



CONTRÔLE DE DÉPART : Place Léon-Gontier, sur l'esplanade de la Maison de la Culture. Signature et Ravitaillement de 11 h 05 à 11 h 45. Appel à 11 h 45. Rassemblement des coureurs et départ en groupe à 11 h 51 par : rue Gresset (en sens interdit), passage devant la mairie, rue Delambre, place Gambetta, rue des Sergents, rue Saint-Leu, chaussée Saint-Pierre, rue Léon-Dupontreue. Départ réel **lancé**, après le carrefour Jacques-Duclos, situé à 3 km du lieu de rassemblement à 13 h 00.

Kilomètres		LOCALITES	Heures de passages				
A parcourir	Parcourus		Caravane publicitaire	Moyennes Horaires course 39 km	37 km	35 km	Dernier coureur
		SOMME					
203	0	**Amiens**	11 00	12 00	12 00	12 00	12 00
194	9	D. 929, Querrieu	11 14	12 14	12 14	12 15	12 16
192,5	10,5	Pont Noyelle	11 16	12 16	12 17	12 18	12 19
190	13	Lahoussoye	11 20	12 20	12 21	12 22	12 24
188	15	Près de Franvilliers, D. 929, D. 23	11 23	12 23	12 24	12 26	12 28
183	20	Carrefour D. 929-D. 119	11 31	12 31	12 32	12 34	12 37
177	26	**Albert** ★	11 40	12 40	12 42	12 45	12 49
173	30	La Boisselle	11 46	12 46	12 49	12 51	12 55
169,5	33,5	Pozières, D. 929, D. 20	11 52	12 52	12 54	12 57	13 02
167	36	Carrefour D. 929-D. 107	11 55	12 55	12 58	13 02	13 07
		PAS-DE-CALAIS					
164	39	Le Sars	12 00	13 00	13 03	13 07	13 12
157,5	45,5	Bapaume	12 10	13 10	13 14	13 18	13 24
155,5	47,5	N. 30, pass. au-dessus de l'autor.	12 13	13 13	13 17	13 21	13 27
153,5	49,5	Frémicourt	12 16	13 16	13 20	13 25	13 32
151	52	Beugny	12 20	13 20	13 24	13 29	13 36
149	54	Carrefour N. 30-D. 18	12 23	13 23	13 28	13 33	13 40
		NORD					
145	58	Carrefour N. 30-D. 34-D. 5	12 29	13 29	13 34	13 39	13 47
143	60	Boursies	12 32	13 32	13 37	13 43	13 51
141,5	61,5	Carrefour N. 30-D. 34 b	12 35	13 35	13 40	13 45	13 53
		PAS-DE-CALAIS					
139,5	63,5	Carrefour N. 30-D. 15	12 38	13 38	13 43	13 49	13 58
		NORD					
136	67	Carrefour N. 29-D. 16	12 43	13 43	13 49	13 55	14 04
133,5	69,5	**Fontaine-Notre-Dame** ★	12 47	13 47	13 53	13 59	14 09
127,5	75,5	**Cambrai** ✕	12 56	13 56	14 02	14 09	14 19
120,5	82,5	D. 114, Naves	13 07	14 07	14 14	14 21	14 32
118,5	84,5	Carrefour D. 114-D. 118	13 10	14 10	14 17	14 27	14 37
114,5	88,5	Villers-en-Cauchies	13 16	14 16	14 23	14 32	14 44
110,5	92,5	Saulzoir	13 22	14 22	14 30	14 39	14 52
107,5	96,5	V.O., Verchain-Maugré V.O. D. 40	13 28	14 28	14 36	14 45	14 58
103	100	Carrefour V.O.-D. 958	13 34	14 34	14 42	14 51	15 05
102,5	100,5	D. 958, Querénaing	13 35	14 35	14 43	14 52	15 06
99,5	103,5	D. 59, Maing	13 39	14 39	14 48	14 57	15 11
97	106	D. 88, Monchaux-sur-Ecaillon	13 43	14 43	14 52	15 02	15 17

Kilomètres		LOCALITES	Heures de passages				
A parcourir	Parcourus		Caravane publicitaire	Moyennes Horaires course 39 km	37 km	35 km	Dernier coureur
96,5	106,5	Carrefour D. 88-D. 40	13 44	14 44	14 53	15 03	15 18
96	107	D. 40, carrefour D. 40	13 45	14 45	14 54	15 04	15 19
94,5	108,5	Thiant	13 47	14 47	14 56	15 06	15 21
92	111	Haulchin	13 51	14 51	15 00	15 10	15 25
91	112	N. 30, carrefour Rouvignies	13 52	14 52	15 02	15 12	15 27
89	114	D. 943 a, Wavrechain	13 55	14 55	15 05	15 15	15 31
87,5	115,5	N. 45, **Denain** ★	13 58	14 58	15 07	15 18	15 34
82	121	D. 955, Helesmes	14 06	15 06	15 16	15 27	15 44
80	123	D. 13, Hornaing	14 09	15 09	15 19	15 31	15 48
78,5	124,5	Erre	14 12	15 12	15 22	15 33	15 50
73,5	129,5	**Wandignies-Hamage**	14 19	15 19	15 30	15 42	16 00
71,5	131,5	D. 299, carrefour D. 299-D. 957	14 22	15 22	15 33	15 45	16 03
69,5	133,5	D. 957, La Broncheuse, (D. 957, V.O.)	14 25	15 25	15 36	15 49	16 07
67,5	135,5	V.O., Rieulay	14 28	15 28	15 40	15 52	16 11
66	137	D. 47, carrefour D. 47-D. 25	14 31	15 31	15 42	15 55	16 14
65	138	D. 25, Vred	14 32	15 32	15 44	15 57	16 16
62,5	140,5	V.O., carrefour V.O.-D. 35	14 36	15 36	15 48	16 01	16 20
60	143	D. 35, Flines-lez-Raches	14 40	15 40	15 52	16 05	16 25
59,5	143,5	D. 35a, carr. D. 35a-D. 9[illegible]	14 41	15 41	15 53	16 06	16 26
55,5	147,5	D. 938, Coutiches, D. 938, [illegible]50	14 47	15 47	15 59	16 13	16 33
51,5	151,5	D. 30, Bouvignies, D. 30, V.O.	14 53	15 53	16 06	16 20	16 41
47,5	155,5	V.O., carrefour V.O.-D. 957	14 59	15 59	16 12	16 26	16 47
43,5	159,5	D. 953, **Orchies** ✕	15 05	16 05	16 19	16 33	16 55
42	161	V.O., carrefour V.O.-D. 938	15 08	16 08	16 21	16 36	16 58
37	166	D. 127, Nomain, D. 127, V.O.	15 15	16 15	16 29	16 45	17 03
29,5	173,5	V.O., D. 93, Bachy	15 27	16 27	16 41	16 57	17 21
26,5	176,5	V.O., Wannehain, V.O., D. 93	15 32	16 32	16 46	17 03	17 27
21,5	181,5	V.O. D. 93, V.O. Camphin-en-Pevele	15 39	16 39	16 54	17 11	17 36
19	184	V.O., carrefour de l'Arbre, V.O. D. 90	15 43	16 43	16 58	17 15	17 40
17	186	D. 90, V.O. Gruson	15 46	16 46	17 01	17 19	17 45
16,5	187,5	Chereng	15 48	16 48	17 04	17 21	17 47
9	194	D. 64, V.O. D. 952, Hem	15 59	16 59	17 15	17 33	18 00
0	203	D. 264, **Roubaix**	16 12	17 12	17 30	17 48	18 16

Les arrivées seront jugées sur la piste du Stade Vélodrome, où les coureurs auront à parcourir la distance depuis le poste de chronométrage (300 mètres), plus un tour complet (500 mètres - au total 800 mètres). Les temps sont pris à l'entrée du Stade Vélodrome.

✕ Contrôle de ravitaillement

★ : Rush Simca

Figure 13.3. This chart shows distances, departure and arrival times, and regions.

BEST COPY AVAILABLE

Numbers:

The identifying numbers worn on the dossards of each participant offer practice in numbers.

Bicycle nomenclature:

The various bicycles used can be identified and compared.

While pictures are best for introducing and reviewing vocabulary and simple concepts (colors, numbers, terrain, etc.), newspaper accounts and box scores are useful for asking detailed questions about the race. The following aspects can be covered using the summary results of any stage of the race:

- names of individuals and teams (see Fig. 13.4, p. 128; ranking of participants; names of sponsoring companies and their products (see Fig. 13.4);
- nationality of the participants (see Fig. 13.4);
- point and time totals (see Fig. 13.2); and
- names of awards as well as their sponsors and recipients. The value of prizes in French francs can be converted into U.S. dollars at the current rate of exchange (see Fig. 13.5, p. 129).

Some typical questions to ask using the charts in this chapter include the following:

1. Qui a gagné le maillot jaune de la 9e étape? le maillot vert?

2. Quelle était la distance de cette étape?

3. Dans quelle ville cette étape a-t-elle commencé? Où s'est-elle-terminée?

4. Dans quels départements l'étape est-elle passée?

5. A quelle heure la neuvième étape a-t-elle commencé? terminé?

6. Quelle est la hauteur en mètres du sommet le plus élevé de la 13ème étape?

14 équipes
140 coureurs

COOP - MERCIER MAVIC

Directeur sportif : Jean-Pierre Danguillaume, Adjoint : Jean Kik. (maillot : cyclamen, bleu ciel, bleu France).

1. ZOETEMELK Joop (PB)
2. ANDERSEN Kim (Dan.)
3. BAZZO Pierre
4. CLERE Régis
5. GAUTHIER Jean-Louis
6. LAURENT Michel
7. LE BIGAUT Pierre
8. MARTIN Raymond
9. MICHAUD Jacques
10. MOREAU Claude*

RENAULT ELF - GITANE

Directeur sportif : Cyrille Guimard. Adjoint : Bernard Quilfen (maillot : jaune, noir, blanc).

11. BECAAS Bernard
12. BERARD Charles
13. CHEVALLIER Philippe*
14. DIDIER Lucien (Lux.)
15. FIGNON Laurent*
16. GAIGNE Dominique*
17. JULES Pascal*
18. MADIOT Marc
19. POISSON Pascal
20. VIGNERON Alain.

TI - RALEIGH CAMPAGNOLO

Directeur sportif : Peter Post. Adjoint : Jules De Wever (maillot : noir, jaune, rouge).

21. VAN DER VELDE Johan (PB)
22. DE KEULENAER Ludo (Belg.)
23. DE ROOY Théo (PB)
24. LAMMERTS Johan (PB)*
25. LUBBERDING Henk (PB)
26. OOSTERBOSCH Bart (PB)
27. RAAS Jan (PB)
28. VAN VLIET Léo (PB)
29. VELDSCHOLTEN Gérard (PB)
30. WINNEN Peter (PB)

PEUGEOT - SHELL MICHELIN

Directeur sportif : Roland Berland. Adjoint : Roger Legeay (maillot : blanc, extérieur à damier noir et blanc).

31. ANDERSON Phillip (Austr.)
32. BOSSIS Jacques
33. BOURREAU Bernard
34. BRUN Frédéric
35. DUCLOS-LASSALLE Gilbert
36. GARDE Dominique
37. LINARD Hubert
38. MILLAR Robert (GB)*
39. ROCHE Stephen (Irl.)*
40. SIMON Pascal.

CILO - AUFINA

Directeur sportif : Auguste Girard (maillot : rouge, blanc, gris, noir).

41. BREU Beat
42. BOLLE Thierry
43. DEMIERRE Serge
44. FERRETTI Antonio
45. GAVILLET Bernard*
46. GLAUS Gilbert
47. MAECHLER Erich*
48. RUSSENBERGER Marcel
49. SEIZ Hubert*
50. THALMANN Julius (tous suisses).

BOULE D'OR COLNAGO CAMPAGNOLO

Directeur sportif : Willy Jossart. Adjoint : Walter Vulpo (maillot : blanc et rouge).

51. WILLEMS Daniel (Belg.)
52. DE CNUIF Roger (Belg.)
53. JANISZEWSKI Guy (Belg.)
54. MATTHYS Roddy (Belg.)*
55. SEGERS Noel (Belg.)*
56. URBANY Stephno (Lux.)
57. VAN HOUWELINGEN Jan (PB)
58. VERMEULEN Patrick (Belg.)*
59. WIJNANTS Jan (Belg.)
60. WIJNANTS Ludwig (Belg.)

AERNOUDT - HOONVED ZEEP MARC

Directeur sportif : Fred De Bruyne. Adjoint : Jose De Cauwer (maillot : blanc et rouge).

61. KUIPER Hennie (PB)
62. DIERICKX Marc (Belg.)
63. EMONDS Nico (Belg.)*
64. LAURENS Marcel (Belg.)
65. MAERTENS René (Belg.)
66. MANDERS Mark (PB)
67. NULENS Guy (Belg.)*
68. ROGIERS Rudy (Belg.)
69. VANDERAERDEN Eric (Belg.)*
70. VAN DER POEL Adrie (PB).

LA REDOUTE MOTOBECANE

Directeur sportif : Philippe Crepel. Adjoint : Jos Broedersoll (maillot : vert, blanc, bleu).

71. ALBAN Robert
72. BIONDI Laurent*
73. DE MUYNCK Johan (Belg.)
74. DE WILDE Etienne (Belg.)
75. GALLOPIN Guy
76. GUYOT Pascal
77. JOURDAN Christian
78. VALLET Bernard
79. VANDENBROUCKE Jean-Luc (Belg.)
80. VANOVERSCHELDE Didier.

WOLBER

Directeur sportif : Marcel Bidenkorp. Adjoint : Jacky Staunaert (maillot : orange, bandes latérales noir et blanc).

81. BERNAUDEAU Jean-René
82. ARNAUD Dominique
83. BONNET Patrick
84. DURANT Marc
85. GOMEZ Marc
86. JONES Graham (GB)
87. LELEU Philippe*
88. RODRIGUEZ Jean-François
89. SEZNEC Christian
90. VINCENDEAU Claude.

SEM - MAVIC - REYDEL

Directeur sportif : Jean De Gribaldy. Adjoint : Erich Stamm (maillot : orange, vert, blanc).

91. AGOSTINHO Joaquim (Port.)
92. BITTINGER René
93. BOYER Jonathan (USA)
94. CANTOUX Eric*
95. CHAPPUIS André
96. CLERC Patrick
97. DALL'ARMELLINA Eric*
98. GREZET Jean-Mary (Suisse)
99. KELLY Sean (Irl.)
100. ROOKS Stevens (PB)*.

EURO SHOP - MONDIAL MOQUETTE SPLENDOR

Directeur sportif : Albert De Klerpe. Adjoint : Luc Londeyt (maillot : blanc et bleu, bande rouge et jaune, bas à damier noir et rouge).

101. CROQUELION Claude (Belg.)
102. CLAES Rooxy (Belg.)
103. DEVOS Hendrik (Belg.)
104. DHAEMENS Rudy (Belg.)*
105. HAGHEDOOREN Paul (Belg.)*
106. MACKENZIE Eric (NZ)
107. TACKAERT William (Belg.)
108. VAN BRABANT Benny (Belg.)
109. VAN DE WIELE Eric (Belg.)
110. WAMPERS Jean-Marie (Belg.)*.

METAUROMOBILI PINARELLO

Directeur sportif : Roberto Poggiali. Adjoint : Mauro Battaglini (maillot : noir et vermillon blanc et damiers).

111. VAN SIPE Lucien (Belg.)
112. BINCOLETTO Pierangelo (It.)*
113. FRANCESCHINI Marco (It.)*
114. GROPPO Marco (It.)*
115. LUYTEN Louis (Belg.)
116. MAGRINI Riccardo (It.)
117. PINORI Nedo (It.)*
118. PIRARO Pino (PB)
119. SILSETH Ole Kristian (Norv.)*
120. VANDI Attilio (It.).

COLOMBIE - VARTA

Directeur sportif : Ruben-Dario Gomez. Adjoint : Martin-Emilio Rodriguez (maillot : jaune, bleu, rouge).

121. FLORES Alfonso*
122. CABRERA Samuel*
123. CASAS Fabio*
124. CORREDOR Edgar*
125. JIMENEZ Patrocinio*
126. LOPEZ Alfonso*
127. PEREZ Cristobal*
128. RIOS Abelardo*
129. RUBIANO Julio Alberto*
130. TOLOSA Rafael*.

REYNOLDS

Directeur sportif : José Miguel Echavarri (maillot : bleu, bleu ciel et blanc).

131. ARROYO Angel*
132. AJA Enrique*
133. DELGADO Pedro*
134. GOROSPE Julian*
135. GRECIANO Anastasio
136. HERNANDEZ Carlos
137. HERNANDEZ-UBEDA Jésus*
138. LAGUIA José Luis*
139. PRIETO Celestino
140. VILAMAJO Jaime (tous espagnols).

Les quarante-neuf coureurs dont le nom est suivi d'un astérisque sont néophytes du Tour.

Figure 13.4. This list gives the 1983 Tour de France participants.

BEST COPY AVAILABLE

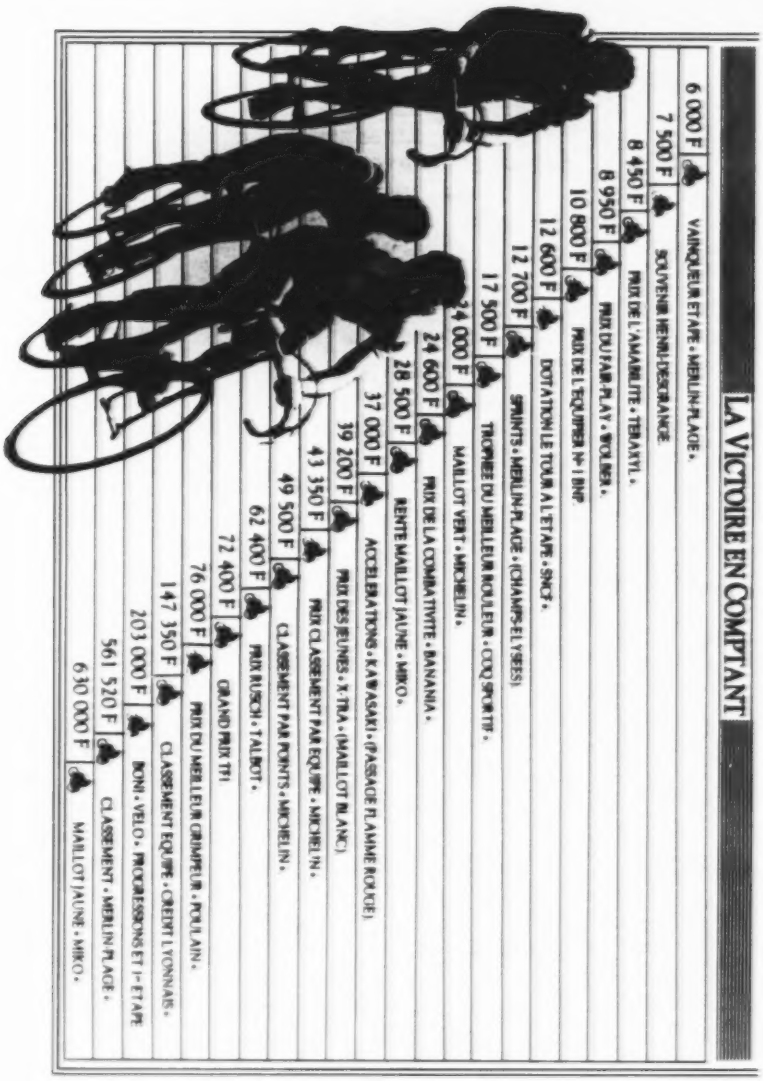

LA VICTOIRE EN COMPTANT
6 000 F VAINQUEUR ETAPE • MERLIN-PLAGE •
7 500 F SOUVENIR HENRI-DEGRANGE
8 450 F PRIX DE L'AMABILITE • TEBAXYL •
8 950 F PRIX DU FAIR-PLAY • WOLBER •
10 800 F PRIX DE L'EQUIPIER N° 1 BNP
12 600 F DOTATION LE TOUR A L'ETAPE • SNCF •
12 700 F SPRINTS • MERLIN-PLAGE • (CHAMPS-ELYSEES)
17 500 F TROPHEE DU MEILLEUR ROULEUR • COQ SPORTIF •
24 000 F MAILLOT VERT • MICHELIN •
24 600 F PRIX DE LA COMBATIVITE • BANANIA •
28 500 F RENTE MAILLOT JAUNE • MIKO •
37 000 F ACCELERATIONS • KAWASAKI • (PASSAGE FLAMME ROUGE)
39 200 F PRIX DES JEUNES • X-TRA • (MAILLOT BLANC)
43 350 F PRIX CLASSEMENT PAR EQUIPE • MICHELIN •
49 500 F CLASSEMENT PAR POINTS • MICHELIN •
62 400 F PRIX RUSCH • TALBOT •
72 400 F GRAND PRIX TF1
76 000 F PRIX DU MEILLEUR GRIMPEUR • ROULAIN •
147 350 F CLASSEMENT EQUIPE • CREDIT LYONNAIS •
203 000 F BONI • VELO • PROGRESSIONS ET 1re ETAPE
561 520 F CLASSEMENT • MERLIN PLAGE •
630 000 F MAILLOT JAUNE • MIKO •

Figure 13.5. Students can calculate the U.S. dollar value of the prizes shown in this chart.

7. Combien d'équipes y avait-il dans le Tour de 1983?

8. Combien d'argent le maillot jaune du Tour de 1979 a-t-il gagné?

9. Quelle compagnie a subventionné le prix du Fair Play de 1979?

This is only a partial listing of possible questions. Following are a few useful vocabulary items relevant to the Tour de France:

une bonification: temps en secondes et minutes déduit du total pour avoir satisfait à plusieurs critères. Le coureur a reçu une bonification de trois secondes pour avoir placé cinquième.

une chute: quand on tombe du vélo. Le coureur a eu une chute près de la ligne d'arrivée et il s'est cassé la jambe.

le classement général au temps: le classement de tous les coureurs par ordre de temps: la personne qui termine une étape dans le temps le plus court est le gagnant. Le coureur avec le meilleur temps au classement général au temps reçoit le maillot jaune.

le classement général aux points: Pour chaque étape il y a plusieurs points qui sont décernés aux coureurs. Normalement les premiers quinze coureurs reçoivent des points. Les coureurs sont tous classés par ordre de points et par ordre de temps. Le coureur ayant le plus de points est celui qui reçoit le maillot vert.

un coéquipier: un autre membre d'une équipe: Mon coéquipier est arrivé à la ligne d'arrivée trois secondes avant moi.

un col: passage entre deux sommets d'une montagne: La course dans les montagnes était tellement difficile que trois coureurs ont abandonné avant même d'être arrivés au col.

les contre-la-montre "individuel" et "par équipes": Il s'agit de la lutte entre les coureurs et le terrain. Le but est de gagner un meilleur temps que ses adversaires. Souvent on commence et termine la course au même endroit. Pour une contre-la-montre individuelle deux coureurs partent toutes les deux minutes.

un coureur: athlète qui participe à une course sportive; dans le Tour de France il y a plus de 150 coureurs cyclistes.

une équipe: Les Yankees et les Red Sox sont des équipes de baseball. Celui qui fait partie

d'une équipe est un équipier. Il y a 11 équipiers dans une équipe de football américain. Les Raleigh et les Coop-Mercier sont des équipes du Tour de France. Il y a 10 équipiers dans chaque équipe du Tour. Une dizaine d'équipes font partie du Tour.

une étape: distance à couvrir en une journée. Dans le Tour il y a 22 ou 23 étapes. La derrière étape se termine à Paris.

la ligne d'arrivée: le but de la course; la fin de l'étape. Le gagnant a franchi la ligne d'arrivée après deux heures et 43 minutes.

le maillot: chemise que porte un coureur cycliste, une sorte de ti-shirt. Il y a plusieurs sortes de maillots: jaune pour le meilleur coureur au classement général au temps; vert pour le meilleur coureur au classement général aux points; à pois pour le meilleur grimpeur (dans les montagnes); et blanc pour le meilleur jeune, c'est à dire, pour le meilleur coureur de moins de 24 ans.

les pavés: ensemble de blocs employés pour construire une route (cobblestones). Quand il pleut, il est dangereux de rouler sur les pavés. C'est une des causes principales des accidents de vélo. Le coureur a fait une chute sur les pavés.

le parcours: l'itinéraire d'une course; le circuit déterminé par les organisateurs. Le parcours du Tour est différent chaque année mais il se termine toujours à Paris. Le parcours de cette étape comprend Dijon, Nuit Saint Georges et Beaune.

un patronage: appui financier donné par un organisme puissant. Un patronage est l'acte de subventionner. La compagnie Merlin-Plage a patronné (subventionné) la dernière étape.

le peloton: groupe compact de coureurs dans une course.

le prologue: la première partie du Tour, une courte contre-la-montre individuel de 5-10 kilomètres pour faire connaître les coureurs à la presse.

un rush: accélération soudaine des coureurs pour gagner des points supplémentaires et des bonifications. Dans une étape dite de plat, il y a trois ou quatre "rush." Les "rush" servent à rendre une étape plus intéressante.

remporter: gagner. Le Belge a remporté la troisième étape. Le vainqueur a remporté le maillot jaune.

un sprint: course de vitesse sur petite distance; allure la plus rapide possible, qu'un coureur prend à un moment déterminé, surtout à la fin d'une course. Ressemble beaucoup à un "rush." On ne décerne pas de points pour un sprint. Le favori est tombé pendant le sprint final et a fini en 23ème place.

The preceding vocabulary should be helpful in understanding the following account of a Tour stage:

> Le Tour de France avait quitté le Val-de-Marne avec le Belge Eric Vanderaeden Maillot Jaune, un maillot conquis à la faveur du prologue et conservé samedi au cours de la première étape en ligne qui s'était terminée par un sprint de peloton et la victoire du puissant Hollandais Frits Pirard, coéquipier de Van Impe. L'épreuve de "L'Equipe" et du "Parisien" (deux journaux français) a changé de leader hier, au terme de la course contre la montre par équipes disputée sur cent kilomètres entre Soissons et Fontaine-au-Piré, et cela par le jeu des bonifications, qui place les dix vainqueurs du jour aux dix premières places du classement général. . . . Zoetemelk précède maintenant Anderson de 33". . . . Les coureurs seront encore à l'épreuve aujourd'hui sur les pavés, entre Valenciennes et Roubaix.[1]

In addition to various articles and interviews on the race and the participants, there are a number of box scores that contain many details on the race; these include the order of teams, the order of the racers by time and by points, the winners of prizes for each stage (prix de l'amabilité, de combativité, du fair-play, des "rush," etc.), as well as a detailed itinerary of the next stage to be run. The latter contains information on distance, terrain,

---

[1] L'Equipe, 4 juillet 1983, page 1

departure time, location of rushes and expected times of arrival at each town in the étape.

Additional materials can be prepared from la publicité. Newspapers and magazines contain many advertisements showing Tour champions using a variety of products from mineral water to bicycles (see Fig. 13.6). The combination of pictures and text (including headlines) allow for many types of questions, such as the following:

VICTOIRE AVEC VITAGERMINE
MARC GOMEZ, vainqueur du Championnat de France 1983, consomme pendant et après l'effort les produits diététiques VITAGERMINE SPORT.
En vente : diététique, pharmacies et magasins de sports.
DOCUMENTATION GRATUITE SUR DEMANDE A VITAGERMINE.
BP N° 6 - 33140 VILLENAVE-D'ORNON.
Vitagermine sport

Figure 13.6. Vitagermine ad featuring Marc Gomez.

1. De qui s'agit-il dans l'annonce publicitaire?

2. Qu'est-ce qu'il a gagné?

3. Quel est le produit en question? Qu'est-ce que c'est?

4. Où peut-on l'acheter?

5. Où sont les bureaux de cette compagnie?

6. Selon le code postal, dans quel département la compagnie se trouve-t-elle?

7. Quelle est la plus grande ville de cette région?

The Tour de France is a rich source of information about French language and culture that ties in well with a variety of topics ordinarily taught at the secondary and university levels. With the present popularity of cycling in the United States and the participation of Americans in the Tour, the potential for a unit based on this race is obvious. The cultural and linguistic variety offered by this topic make the Tour de France an attractive pedagogical possibility.

French magazines consulted for preparing a unit on the tour de france:

1. Guide du Tour: 126, rue La Fayette, 75416 Paris

2. L'Equipe Magazine: 10, rue du Faubourg Montmartre 75438 Paris

3. Miroir du Cyclisme: 126, rue La Fayette, 75416 Paris

4. Vélo: 10, rue du Faubourg Montmartre, 75438 Paris

Most of these magazines cost between 15 and 20 francs an issue and are not readily available in this country.

Chapter 14
North American Football[1]

The popularity of sports makes them a natural topic of conversation in the foreign language classroom. Activities such as la pétanque, bicycle racing, and bullfighting are often discussed in connection with the cultures they represent. Another sport that is often discussed in language classes is soccer. Whether it is le football, el futbol, or der Fussball, soccer is probably the most widely followed team sport in the world. Interestingly, however, this great international sport has made surprisingly little impact in the United States. Despite increased soccer activity in our high schools and colleges, the sport still lags far behind American football, baseball, and basketball. American students identify with very few soccer stars in the world.

American football, on the other hand, has achieved phenomenal growth in terms of national interest within the past two decades or so, especially with the innovative reporting techniques of television. Attendance figures and media coverage give every indication that it has replaced baseball as our national sport. With such widespread interest in this sport, especially among the young, football is an obvious choice of subject matter to introduce into the foreign language classroom. Choosing such a topic might also go a long way toward developing interest among boys, who often shy away from foreign language study, by giving them a topic to which they relate more easily.

Practically any spectator team sport can be used to teach a variety of items that are generally included in the foreign language curriculum, includ-

---

[1] This chapter is adapted from the chapter entitled "Le Football" in Jean-Pierre Berwald and David E. Wolfe, Teaching French with American Sports: Le Baseball, Le Football, Le Hockey. Detroit, Advancement Press of America, 1975.

ing colors, geography, numbers, verb forms, and so on. American football lends itself particularly well to the teaching of French for several reasons. First and foremost, it is often described by the French-Canadian media. Even though Canadian football receives more coverage than American football, there are still many articles and features devoted to American professional and college teams. Although there are a few essential differences between Canadian and American football, the rules, goals, and strategy are basically alike.[2] Happily for the foreign language classroom, football vocabulary is practically the same above and below the 47th parallel.

Another factor that makes American football an atractive means of teaching French is the wide variety of visual media available. Television, videotape, film, slides, and posters lend themselves very well to the description of players, play-by-play activity, and game strategy. The use of instant replay, especially in slow motion, adds even greater interest to the task of describing the action. The following list gives a sampling of the range of activities possible in the French classroom:

Colors:

Les uniformes, les vêtements des spectateurs, le ballon, le gazon.

Numbers:

Qui porte le numéro 13? Combien y a-t-il des spectateurs? quel est le score (le pointage) du match? combien de joueurs y a-t-il dans chaque équipe? Quel est le numéro de celui qui porte le ballon?

Verbs:

Courir, passer, botter, attraper, sauter, plaquer, etc.

Comparisons:

Les Packers jouent mieux que les Cowboys. Joe

---

[2] Canadian football uses three downs instead of four. The Canadian playing field is 110 yards instead of 100 yards.

Montana est un meilleur quart que Dan Marino. Qui est l'ailier le plus rapide de la ligue nationale?

Geography, cities, states:

Les Dolphins ses trouvent à Miami qui est en Floride. Quelle équipe habite Dallas? Où se trouve Soldiers' Field? Dans quel état est-ce qu'on trouve les New England Patriots? Dans combien de villes californiennes y a-t-il une équipe professionnelle de football?

Professions:

Pour quelle profession Doug Flutie se préparait-il à l'université? Que fait Walter Payton hors-saison? Parmi les joueurs du football professionnel combien y a-t-il d'advocats?

Before proceeding to specific teaching techniques, it is most important to note some essential football vocabulary with examples of their use.

Le quart-arrière (ou le quart): Celui qui prend le ballon au centre. Personne qui décide toutes les stratégies de l'équipe.

Le centre: Celui qui donne le ballon au quart.

Un touché (ou un majeur): Quand on entre dans la zone des buts avec le ballon. Pour un touché on reçoit six points. Le quart a couru dans la zone des buts pour un touché.

Une verge: Ancienne mesure qui égale à peu prés un mètre. Le champ de football mesure 100 verges. Le demi-arrière a couru 83 verges pour un touché.

La fiche d'un club: Les gains et les pertes d'une équipe pour toute la saison. Cette victoire porte la fiche des Giants à sept victoires contre quatre revers (pertes).

Une équipe de football: Un organisme dont le but est de jouer au football. Les Patriots et les Giants sont des équipes. Dans une équipe de football on trouve deux parties majeures, la ligne et le champ-arrière. A la ligne on trouve deux ailiers, deux plaqueurs (tackles),

deux gardes et un centre. Au champ-arrière il y a un quart-arrière, deux demi-arrières et un centre-arrière. Les joueurs sont numérotés de la façon suivante:

10-19 le quart-arrière
20-49 les demi-arrières et le centre-arrière
50-59 le centre
60-69 les gardes
70-79 les plaqueurs
80-89 les ailiers

Plaquer: Faire tomber quelqu'un. Le but d'un joueur défensif est de plaquer celui qui porte le ballon. Le garde a plaqué le quart à la ligne de 10.

Un botteur de placements (un spécialiste de précision): Celui qui botte des placements pour trois points et des convertis (des transformations) pour un point. On essaie une transformation tout de suite après un touché.

Premier essai: Il faut avancer 10 verges pour accomplir un premier essai. En général, si l'on ne complète pas cette distance en trois essais, on botte le ballon à l'autre bout du terrain.

Faire: réussir, compléter, effectuer: La jeune recrue (rookie) a réussi neuf touchés et a gagné 900 verges de course au sol. Il a aussi effectué 35 bottés de départ (kickoffs) pour un record de 1.019 verges.

Un échapé (ou une échappée): Quand celui qui porte le ballon le laisse tomber. Une fois que le ballon est libre, tout le monde tâche de le recouvrir.

La zone des buts: Lieu où il faut aller pour marquer des points. Le receveur du botté a couru avec le ballon jusqu'à la zone des buts.

Le moniteur (ou l'instructeur): Celui qui dirige une équipe. Le moniteur des Dolphins s'appelle Don Shula; Marty Shottenheimer est le nouveau moniteur des Browns.

Rater: Le contraire de réussir. Après le touché, leur spécialiste de placement a raté le converti.

The preceding vocabulary, though not exhaustive, should help the reader get a general idea of what a football article is about. You may test comprehension with an excerpt such as the following:

> Dan Marino a lancé le ballon encore plus souvent que tout autre quart de la LNF (Ligue Nationale de Football). Il a décoché 564 passes et n'a été plaqué derrière sa ligne que 13 fois, ce qui rend bien compte de l'efficacité du centre Ray Foster et Ed Newman et des bloqueurs Jo Giesler et Cleveland Green. . . . Il a accumulé des gains de 5.084 verges par la passe et a lancé 48 passes de touché pour deux records de la LNF. Seulement 17 de ses passes ont été interceptées.[3]

The following general questions are applicable to proceedings of all football matches:

1. Qui sont les adversaires du match?

2. Où et quand le match a-t-il eu lieu?

3. Combien de personnes ont assisté au match?

4. Qui a gagné le match? Quel a été le score?

5. Qui a marqué les points? Comment?

6. Quel a été le jeu le plus spectaculaire du match? Qui l'a effectué?

7. Quelle est la fiche de chaque équipe maintenant?

These questions can also be used by students reporting on individual articles. Even newspaper accounts in English can be used as long as the suggested general questions are answered in French. This technique is a good way to develop students' ability to talk about football using essential vocabulary.

The study of football lends itself particularly well to a number of audiovisual media. The easiest visuals to obtain are magazine pictures and large (2' x 3') posters such as those distributed commer-

---

[3] "Dan Marino va-t-il répéter ses succès contre les 49ers?" Le Devoir, 18 janvier 1985.

cially by Sports Illustrated magazine. They can be used to illustrate many aspects of football described here and to cover vocabulary, numbers, colors, plays, positions, and so on. Team pictures are excellent for practicing numbers and adverbs. For example, you may ask:

1. Qui est assis à côté du numéro 20?

2. Quel est le numéro de celui qui se trouve au centre du troisième rang?

3. Qui est à la gauche du numéro 35?

4. Quel est le numéro de la personne assise derrière le 55?

5. De quelle équipe s'agit-il? Comment le savez-vous?

One can also make excellent use of 35mm slides that have either been shot in person at actual games or copied from books and magazines with a single-lens reflex cmera and close-up lenses. The advantage of using slides over flat pictures is that they are easily viewed at one one time by an entire group of students, and an instructor can draw attention to various features of a picture. Such visuals may be used with questions such as:

1. Qui porte le ballon?

2. Qu'est-ce qu'il est en train de faire? (ou Qu'est-ce qu'il fait?)

3. A qui le quart lance-t-il une passe?

4. Qui est le numéro 55? Que fait-il?

5. A quelle distance le numéro 39 est-il de la zone des buts?

The most dynamic medium for presenting football is a videotaped telecast. Using a pause button to freeze the action on the screen, you can ask a variety of questions about the game, the teams, and the individual players. Thanks to the numbers and names flashed on the screen and evident on the players' jerseys, simple questions can be asked. Once the vocabulary has been learned, the instructor or students may dub a play-by-play account of the

game in French with crowd noises emanating from an audiocassette deck in the background. It is a simple matter of describing the action as it takes place, prompted by the information flashed on the screen and the names and numbers seen on the jerseys.

For a more advanced exercise, show Canadian football telecasts in French. These games can be seen in northern New England as well as in Quebec. This activity is excellent for developing listening comprehension once the basic terminology has been acquired. In this case it would be useful to both videotape a game segment for repeated viewings and record it on audiocassette for additional practice. Following the action and hearing the French description are useful for mastering the special language of football and various morphological and syntactical features of French. Of great benefit to the viewer is the constant use of la reprise instantanée. After most plays, the instant replay, often in slow motion, shows the action in great detail. The description is often a careful rewording of the original voice-over and sometimes includes a chalk-board type of analysis (complete with circles and arrows) to indicate the movements of key individuals.

One word of caution: The use of French in game replays will not be effective unless students are prepared to discuss the action in French. Without special preparation, the student may do nothing more than watch the game like any spectator, since it is not necessary to understand French to realize what is happening. If comprehension and conversation are the desired outcomes of the televiewing, then students must be led through the action at a slower pace. The use of a vocabulary sheet with a series of reinforcement exercises is an effective way of preparing students for what they are about to observe. Visuals are also most helpful for clarifying various activities to be seen on the screen.

Teachers and students interested in learning more about Canadian football may consult a brief article in an issue of Saturday Review devoted to Canada.[4] It gives a brief explanation of some of the essential differences between the Canadian and American versions of this sport.

---

[4] Dick Beddoes, "Two on the 55-Yard Line." Saturday Review, November 2, 1975, pp. 36-37.

Those who wish to delve into the intricacies of this sport in French may wish to consult an excellent paperback entitled Le Football.[5] This publication by Canadian sportscaster Jean Seguin contains game descriptions, captioned photos, diagrammed plays, illustrated referee signals, and an extensive glossary.

As unusual as it may seem to use American football to teach French, the possibilities for doing so are great. The sport's popularity coupled with the extensive coverage it gets in the French-Canadian press and in our own media make football a topic that can be easily exploited. An interesting and unusual side benefit of knowing football terminology is that a student will be able to describe an actual game or telecast to French visitors, who will easily recognize the terms taken from soccer and rugby.

---

[5] Jean Seguin, Le Football, Montréal, Les Editions de l'Homme, 1973 (obtainable also from the publisher at 955, rue Amherst, Montréal, Canada).

Chapter 15
Preparing an Article Summary

Once students have had the opportunity to do some vocabulary and sentence development with various chapters in this volume, they may wish to continue in a somewhat more advanced format. Ask them to select a newspaper or magazine article and prepare it in the following manner.

After selecting and reading their article, they prepare it in outline form leaving out nonessential words. They select 10-15 words they consider to be useful and important. They define each word and write one or two original sentences to demonstrate their understanding. Students then use the outline to write a summary of the article (1-2 pages), which is submitted to the instructor, along with the vocabulary work, for corrections and comments.

You may wish to give feedback by writing directly on the sheets the students hand in. Another way is to record your responses on individual cassettes as a means of developing students' listening abilities. This technique is more time-consuming, but it works very well. At this time the instructor tells students to develop the summary more fully or to select more useful vocabulary. The teacher who knows the students and their capabilities is in a good position to determine whether their work is at an appropriate level of difficulty for them.

Once students have received their corrected summaries and vocabulary work, tell them to prepare for an examination that will test both. Ask them to come to class with two lists of 10 words each. One list contains 10 key words from the article that students should be able to summarize during the class period. The other list contains the 10 essential vocabulary words they decided to learn. While students prepare their individual compositions, walk around the class and select two words from each student's list to be defined and accompanied by one or two good example sentences.

The nature of this class exercise requires serious, well-organized preparation. The great advantage is that students get to work with articles and vocabulary that they themselves have chosen. Not only is motivation usually high for this project, but students tend to do well with it. The exercise is ideal for developing vocabulary in individual fields of interest and for reviewing various elements of grammar, such as verb tenses, pronouns, and function words.

While the purpose of this text has been to develop vocabulary in various specified fields of interest, there are scores of potential activities in each chapter that instructors can develop to conform to the interests and abilities of their students. These include preparing dialogues, skits, and mock advertisements based on the topics included in each chapter. Suggested activities include the following:

Headlines: Create headlines based on current news or on local events. Exchange headlines with classmates and expand them into complete sentences. As a second stage to this assignment, rewrite the sentences substituting pronouns where appropriate.

Film Reviews: Prepare blurbs on films being shown in the local community or on television. Students can also be asked to prepare their own critiques of films they have seen.

Music Reviews: Describe the members of a rock or jazz band, explaining who they are, the instruments they play, the hits they have had, and the companies for which they have recorded. Those interested in classical music could describe a particular concert program, the soloists, and the selections included on the program.

Advertisements: Select any product and prepare a brief "commercial" that includes essential information about the product. This becomes even more interesting if the product is one that can be demonstrated (such as an electric razor, a camera, or an instant dessert).

Housing: Sell your house. First prepare a want ad of your house or apartment, extolling its special charms and features. Then prepare a floor plan of your "dream house" and purchase furniture and appliances from a French catalogue for each room.

Finance: Describe the most active stocks of the day, noting the important gains and losses. Give the exchange rate of the dollar in terms of Belgian, French, and Swiss francs (and any other currency desired).

Train Travel: Plan a trip between any two points in Europe. Determine the distance in kilometers, the cost in French francs and dollars, and the departure and arrival times.

Syndicat d'Initiative Maps and Brochures: Using a local map and a brochure, locate an appropriate hotel. Request suitable accommodations, taking your needs, interests, and financial concerns into consideration. Indicate the address of the hotel, its rating (star system), and the cost for one or more people. Plan where you will have lunch and supper. Prepare a walking tour of the city, explaining the sights to be seen.

Telephone: Using Paris as your base, give instructions for calling telephone number 12 34 56 in Paris, Marseille, and London. Call number 123-4567 in New York and San Francisco. Using the yellow pages, find a merchant whose services might interest you (bicycle store, travel agency, restaurant, etc.). Indicate the name and address of the establishment and any other pertinent information given in a yellow page ad.

Mail-Order Catalogue: "Buy" a complete wardrobe, indicating the quantity, color, and size of all items desired. Complete the bon de commande included in the catalogue using a dummy French address and telephone number.

Crime: Describe the best known crime of the day as you might have heard it on the news. Include information about the crime, its perpetrator, his or her description and any clues, possible motives, and the outcome of the criminal act.

Television: Prepare a blurb on any of several programs to be featured that day: include documentaries, situation comedies, dramas, and newscasts. Or tape an American soap opera off the air and then dub the dialogue into French. Or prepare a voice-over narration of any videotaped program, such as a drama or a sporting event.

Football: Basing your knowledge on either a school or a televised match, explain how the touchdowns and other scores were made. Conduct an interview with a winning or losing player.

Many of the assignments described in these pages can be completed using French newspapers that are available in this country. Major French newspapers and magazines are sold in certain book stores and newsstands in large metropolitan areas. These publications include the following:

Le Devoir (Quebec newspaper)

Elle (French magazine)

L'Express (French newsmagazine)

Le Figaro (French newspaper)

France-Amérique (American newspaper)

Le Journal Français des Etats-Unis (American newspaper)

Le Monde (French newspaper)

Le Nouvel Observateur (French magazine)

Paris Match (French magazine)

Le Point (French newsmagazine)

La Presse (Quebec newspaper)

Various college and university libraries located throughout the United States are another source of these newspapers and periodicals. Libraries are often wiling to give away newspapers that they have had for over six months. For many media assignments, the date is not critical and old publications serve nicely. If the date is critical, use recent periodicals and copying facilities.

The most convenient way to make French-language publications available, of course, is to subscribe to them directly. The least expensive are the French-language newspapers published in this country, such as France-Amérique or Le Journal Français des Etats-Unis. Subscription information is sometimes available in professional journals such as the Modern Language Journal or French Review.

Naturally, the greatest variety of publications are available in Francophone countries such as Canada, France, Belgium, and Switzerland. In addition to the pubications mentioned here, many regional newspapers and magazines treat a wide number of interests. Mariet (1985) lists all major national and provincial newspapers and magazines published in France.

Mariet points out that the most important French publications to be found in the United States are not necessarily the most popular in France. American students would thus find it useful to learn about the greater range of media found outside the United States, including the regional press in France. While the national press concerns itself mainly with Paris, provincial media focus on various aspects of life in France:

> [la presse quotidienne régionale] est pourvoyeuse de services pour la population (renseignements pratiques, horaires, météo, programmes des spectacles, sports, marché agricole, etc.). La presse régionale est l'âme des villes et des villages. (p. 222)

Since not enough French media are available in this country to complete all the assignments suggested in this volume, the reader will find it beneficial to investigate the range of publications available in a Francophone country. Many of the specialized magazines mentioned earlier are available at newsstands and book stores in Quebec.

The advantages of mass media in language acquisition are well known. A choice of topics is available, and the topics as well as the language used are

current. They enable the reader to appreciate the similarities and differences between cultures. Whether in formal classes or individually, learning vocabulary by means of mass media is a pleasant task and a motivating experience that should prove of great interest to all those who wish to develop their skills. The next logical step after working with mass media in this country, of course, is to go to a Francophone area where print and broadcast media complement one another and language acquisition can accelerate dramatically.

Note

The following documents were used in the preparation of this text:

Newspapers:

- Le Devoir (Canadian)
- l'Equipe (French)
- Le Figaro (French)
- La Libération (French)
- Le Matin (French)
- Le Monde (French)
- Le Monstre (French)
- Le Quotidien de Paris (French)
- La Presse (Canadian)
- Le Soir de Bruxelles (Belgian)
- La Tribune de l'Economie (French)

Magazines (all French):

- L'Express
- Guide du Tour
- Miroir du Cyclisme
- Le Point
- Vélo

Telephone Directories (all French):

- Paris
- Ile et Vilaine
- Côte d'Or

Mail-Order Catalogues:

- Trois Suisses (French)

Useful addresses:

L'Equipe
10, rue du Faubourg-Montmartre
75438 Paris Cédex 09

Le Figaro
Direction
37, rue du Louvre
75081 Paris Cédex 02

Le Matin de Paris
21, rue Hérold
75001 Paris

Le Monstre
30, rue Le Peletier
75009 Paris

La Presse de Montréal
7, rue St. Jacques
Montréal, P.Q. H2Y 1K9

Le Quotidien de Paris
2, rue Ancelle
92621 Neuilly-sur-Seine Cédex

La Tribune de l'Economie
108, rue de Richelieu
75002 Paris, France

Vélo
10, rue du Faubourg Montmartre
75441 Paris Cédex 09

References

REFERENCES

Berwald, J.-P. (In press). Video and second language learning. Studies in Language Learning.

Cummins, P.W. (1982). Commercial French. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Fremy, D., & Fremy, M. Quid. Paris: Editions Robert Laffont.

Mariet, F. (1985). La presse française telle que la connaissent et l'ignorent les étudiants en français aux Etats-Unis. French Review, 59(2), 219-233.

Morain, G. (n.d.). Language in the marketplace. (Pamphlet). New York: American-Swiss Association.

Scanlan, T.M. (1978). French mail-order catalogues as teaching tools: Vocabulary, culture, and conversation. The French Review, 52, 217-241.

Scanlan, T.M. (1986). Looking up French language and culture in the Paris Pages Jaunes. The French Review, 59, 355-382.

Schulz, R.A. (1974). Comparative culture study: An approach through the printed news media. The American Foreign Language Teacher, 4(4), 11-13, 33-35.

Additional Reading

Abrate, J. (1983). Pedagogical applications of the French popular song in the foreign language classroom. Modern Language Journal, 67, 8-12.

Beeching, K. (1982). Authentic material 1. British Journal of Language Teaching, 20, 17-20.

Beeching, K. (1982). Authentic material 2. British Journal of Language Teaching, 20, 127-133.

Benoît-Barnet, M.-P., Hoibian, P., Schram, M., Sondervan, R., Spaanbroek, I., de Veth, M., & Weber, F. (1982). Dans la presse pour adolescents: Essais d'analyse pour la classe. Le Français dans le Monde, 173, 33-42.

Berwald, J.-P. (1980). Teaching French via driver education. Foreign Language Annals, 13, 205-208.

Berwald, J.-P. (1976). Teaching French language skills with commercial television. French Review, 50, 222-226.

Berwald, J.-P., & Wolfe, D.E. (1975). Teaching French with American sports: Le baseball, le football, le hockey. Detroit: Advancement Press of America.

Blatchford, C. (1973). Newspapers: Vehicles for teaching ESOL with a cultural focus. TESOL Quarterly, 7, 145-151.

Borgomano, L. (1978). Laisse-moi rire! Fais-moi parler! Le dessin humoristique en classe de langue. Le Français dans le Monde, 178, 37-44.

Borgomano, L. (1982). Et vous? Lecture de graffiti dans la rue. Le Français dans le Monde, 173, 94-103.

Brown, G. (1973). Place à la publicité. French Review, 46, 1198-1202.

Brown, J.W. (1977). Comics in the foreign language classroom: Pedagogical perspectives. Foreign Language Annals, 10, 18-25.

Brown, J.W. (1980). On the use of visual and graphic codes in the production of verbal utterances. Canadian Modern Language Review, 36(3), 485-503.

Brown, J.W. (1983). Trends in pictorial pedagogics: Adding to the ads. Canadian Modern Language Review, 39(4), 859-888.

Calbris, G. (1982). Structure des titres et enseignes. Le Français dans le Monde, 166, 26-36; 53-54.

Candler, W.J. (1980). On the map. English Language Teaching Journal, 34(2), 121-124.

Carton, D. (1983). Using forms as springboards for conversation in the foreign language classroom. Foreign Language Annals, 16, 355-360.

Corbellari, M. (1981). Procédés de langage dans la publicité. Le Français dans le Monde, 163, 69-73.

Combe McBride, N. (1981). Familles d'ici et d'ailleurs. Le Français dans le Monde, 163, 82-90.

Davoine, J.-P. (1978). Un document authentique

pédagogique: Le constat amiable. Le Français dans le Monde, 138, 43-48.
Dupont, L. (1966). La grammaire enseignée par les titres. Le Français dans le Monde, 44, 28-36.
Echard, B. (1973). Le devoir: Its value in language teaching. The Canadian Modern Language Review, 29, 400-411.
Estrade, C. (1978). Une iconothèque pour la classe de langue. Le Français dans le Monde, 178, 57-63.
Foster, S.J. (1979). Using the periodical article in the graduate reading proficiency program. French Review, 52, 889-893.
Culture des médias [Special issue]. (1982). Le Français dans le Monde, 173.
Garfinkel, A. (1972). FL packrats always collect for teaching. Accent on ACTFL, 3(2), 12-13.
Ganderson, D., & McBride, N. (1975). La publicité. Le Français dans le Monde, 114, 26-33.
Gex, J.C. (1982). Films in the ESL classroom. Unpublished manuscript, LaGuardia Community College. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 217 693)
Goepper, J.B., & Lorior-Raymer, G. (1985). Document: Télé 7 jours. AATF National Bulletin, 10(4).
Howlett, F.G. (1978). A touch of . . . class!: Using newscasts and commercials to develop listening comprehension. The Canadian Modern Language Review, 34, 47-49.
James, C.J., & Lange, D.L. (1974). The use of newspapers and magazines in the foreign language classroom. Focus Report on the Teaching of Foreign Languages, 31. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 096 849)
Jones, B. (Ed.). (1984). Using authentic resources in teaching French. London: Centre for Information on Language Teaching and Research.
Jorstad, H.J. (1976). Newspapers and magazines in the classroom. In R.C. Lafayette (Ed.), The culture revolution in foreign language teaching. Skokie, IL: National Textbook Company.
Lescure, R., & Pothier, M. (1980). Utilisation didactique de bulletins d'informations radio. Le Français dans le Monde, 157, 81-86.
Lichet, R. (1977). A comme . . . avoir des formulaires à remplir. Le Français dans le Monde, 128, 35-36.
Lieutaud, S., & Moll, G. (1983). 97 publicités télévisées pour découvrir la langue et la civilisation françaises. Paris: Hachette.

Lieutaud, S., Pourbaix, G., & Rivaud, A. (1983). Apprendre à connaître la presse française. Le Français dans le Monde, 180, 45-55.

Linard, M. (1978). Le photorécit. Le Français dans le Monde, 178, 45-56.

Loew, H. (1973). Foreign language magazines plus planning equal up-to-date culture units. Accent on ACTFL, 3(4).

Mariet, J. (1978). Des documents authentiques pour la conversation. Le Français dans le Monde, 137, 63-66.

Melpignano, R.J. (1980). Commercial French radio in the classroom. Foreign Language Annals, 13, 387-390.

Mollica, A. (1976). Cartoons in the language classroom. The Canadian Modern Language Review, 32, 424-444.

Mollica, A. (1979). Print and non-print materials: Adapting for classroom use. In J.K. Phillips (Ed.), Building on experience--building for success (ACTFL Foreign Language Education Series: 10). Skokie, IL: National Textbook Company.

Mollia, A. (1978). The film advertisement: A source for language activities. The Canadian Modern Language Review, 34, 221-243.

Mollica, A. (1979). A tiger in your tank: Advertisements in the language classroom. The Canadian Modern Language Review, 35, 691-743.

Malandain, J.-L. (1982). Une bande dessinée pour apprendre à argumenter. Le Français dans le Monde, 166, 45-54.

Montredon, J. (1971). L'utilisation de dessins humoristiques en classe de langues. Le Français dans le Monde, 87, 33-37.

Muyskens, J. (1985). Using song to stimulate language practice in the foreign language classroom. The AATF National Bulletin, 10(3).

Nelson, R.J. (1972). Electronic media in foreign language education: A report on applications. French Review, 46, 330-341.

Pitts, B.A. (1985). Le rock rétro dans la classe français. AATF National Bulletin, 10(4).

Respaut, M. (1983). Inkblots, Norman Rockwell and New Yorker ads: Let's talk (and read, write, listen, guess, interpret . . .). Foreign Language Annals, 16(5), 361-367.

Rocherieux, G. (1984). Romans-photos . . . à faire et à défaire. Le Français dans le Monde, 182, 92-94.

Santoni, G. (1983). Stéréotypes, contextes visuels

et dimensions sociales. Le Français dans le Monde, 181, 84-94.
Scanlan, T. (1978). French mail-order catalogues as teaching tools: Vocabulary, culture, and conversation. French Review, 52, 217-241.
Scanlan, T. (1980). The use of Radio Canada and Radio France recordings in the teaching of French and culture. French Review, 53(3), 402-410.
Savignon, S. (1972). A l'écoute de France-Inter: The use of radio in a student-centered oral French class. French Review, 46, 342-349.
Seelye, H.N., & Day, J.L. (1971). Penetrating the mass media: A unit to develop skill in reading Spanish newspaper headlines. Foreign Language Annals, 5, 69-81.
Sewell, P. (1982). What French do French-language newspapers teach? British Journal of Language Teaching, 20, 135-137.
Simon, R.H. (1980). Images publicitaires: Images culturelles. French Review, 54, 1-27.
Swaffar, J.K. (1985). Reading authentic texts in a foreign language: A cognitive model. Modern Language Journal, 69, 15-34.
Tétu de Labsade, F. (1981). J'ai le goût de Québec. Le Français dans le Monde, 163, 74-81.
Thiriet, A. (1981). Les bals. Le Français dans le Monde, 160, 45, 81-85.
Therrien, M. (1973). Learning French via short-wave radio and popular periodicals. French Review, 46, 1178-1183.
Trescases, P. (1976). Uiilisation des informations de la radio. Le Français dans le Monde, 118, 27-28, 37-39.
Trescases, P. (1982). L'utilisation de la page publicitaire: L'instantané (ou le flash) culturel. Le français dans le monde, 166, 18-25.
The use of broadcast media in language teaching [Special issue]. (1980). British Journal of Language Teaching, 18(2-3).
VerDorn, B.J. Don't throw it away: Junk mail in the adult E.S.L. class. Unpublished master's thesis, Hunter College, New York. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 218 949)
Wood, R. (1979). Teaching Francophonie with post-age stamps. The Canadian Modern Language Review, 36, 105-124.

About the Author

Jean-Pierre Berwald is a native of Antwerp, Belgium. He completed his Ph.D. in foreign language education at the Ohio State University. He teaches French at the University of Massachusetts at Amherst and directs undergraduate and graduate programs of foreign language teacher training.